

Michael Gautier

Passion und Kalkül

Zur beruflichen Bewährung in der Galerie

campus

Passion und Kalkül



Michael Gautier, Dr. rer. soc., studierte in Bern und New York Geschichte und Soziologie. Er ist Redaktor bei der schweizerischen Bundesversammlung.

Michael Gautier

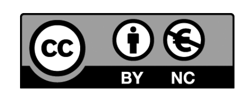
Passion und Kalkül

Zur beruflichen Bewährung in der Galerie

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inauguraldissertation zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum socialium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Bern.
Die Fakultät hat diese Arbeit am 24. August 2017 auf Antrag der beiden Gutachter Prof. em. Dr. Claudia Honegger und Prof. honoraire André Ducret als Dissertation angenommen, ohne damit zu den darin ausgesprochenen Auffassungen Stellung nehmen zu wollen.

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.



ISBN 978-3-593-50974-7 Print
ISBN 978-3-593-43988-4 E-Book (PDF)
ISBN 978-3-593-44020-0 E-Book (EPUB)

DOI 10.12907/978-3-593-43988-4

Erschienen 2019 im Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Umschlaggestaltung: Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main
Umschlagmotiv: © Paul Kremer, »Matthew Marks NYC (Art Scrub)«, 2014. Digital manipulation of found photograph.
Satz: DeinSatz Marburg | tn
Gesetzt aus: Garamond
Druck und Bindung: CPI buchbücher.de, Birkach
Gedruckt auf Papier aus zertifizierten Rohstoffen (FSC/PEFC).
Printed in Germany

www.campus.de

Inhalt

1. Einleitung

Als ich mich vor einigen Jahren aufmachte, die Welt der Galerien zu erforschen, dominierten Superlative die Berichterstattung zum boomenden Kunstmarkt und die damit verbundene Kolportage zurschaugestellten Reichtums. Solches geschah selbstverständlich nicht zum ersten Mal. Der letzte Boom hatte in den 1980er Jahren stattgefunden. Neu war, dass der Markt in bis anhin unerschlossene Territorien, namentlich nach China, vordrang und die Gegenwartskunst erfasste wie nie zuvor – jenes Segment der Kunstproduktion also, in dem die Frage nach dem Wert der Erzeugnisse (noch) nicht geklärt ist und dieser folglich zuerst möglichst überzeugend behauptet werden muss. Das Geschäft der Galerien, das auf Prognosen und der Übersetzung des behaupteten Werts in einen Preis basiert, ist folglich besonders riskant. 2007 setzte eine Finanzkrise ein, die bald auf die Realwirtschaft durchschlug und nicht zuletzt in den historisch dominierenden Territorien des Kunstfeldes, den USA und in Westeuropa, die grösste Wirtschaftskrise seit den 1930er Jahren auslöste. Sogleich war allenthalben von einer reinigenden Korrektur der Exzesse die Rede, von der längst fälligen Trennung der Spreu vom Weizen, davon, dass nur jene Künstler und Galerien überleben würden, die nicht von der Gier nach Profit und Befriedigung mondäner Bedürfnisse angetrieben seien, sondern von einer Berufung und vom Glauben an die Kunst. Als ich 2009 und 2010 in New York das Galeriewesen erkundete, herrschte die Erwartung vor, dass sich die Dinge im Kunstbetrieb dank der Krise auf einem weniger aufgeregten, vernünftigeren Niveau einpendeln würden und die Entschleunigung eine ernsthafte Auseinandersetzung mit Gegenwartskunst wieder möglich machen würde, welche die Hektik des Kauf- und Spekulationsrauschs verhindert hatte. Zehn Jahre später drängt sich der Befund auf, dass Kunsterwerb als Status- und Machtdemonstration bzw. altbekanntes Symptom von – zunehmend ungleich verteiltem – Wohlstand unvermindert anhält. Protagonisten der territorialen Expansion, der Akkumulierung von Profiten und Konzentration von Macht – auch je-

ner, Künstler durchzusetzen –, finden sich auch in diesem Buch. Obschon der Kunstmarkt in den letzten beiden Jahrzehnten explodiert ist und trotz einschneidender Transformationen wie der Proliferation von Biennalen und Messen und der »Globalisierung«, gibt es bloß wenige Untersuchungen zu den Personen, denen das Unterfangen einer Galerie für Gegenwartskunst gelingt.

Marcel Duchamp verglich Galeristen einst mit Läusen: »They are the lice on the back of the artist.«[1] Nützlich und notwendig seien sie, fügte er an, aber trotzdem seien sie Läuse.[2] Was für eine Funktion das flügellose Insekt, das weder springen noch schwimmen kann, auf dem Rücken des Wirts erfüllt, lässt Duchamp offen. Die alltagsweltliche Wahrnehmung bringt auch keine Klärung: Der blutsaugende Gast gilt als lästiger Schmarotzer, als reiner Parasit. Auf die Beziehung zwischen Galerist und Künstler übertragen, würde der Galerist in dem Fall von der Arbeit des Künstlers leben, sie ausbeuten, sich an ihr bereichern, ohne selbst etwas zu leisten. Doch trifft die Metapher die Sache offensichtlich nicht ganz, gesteht der Avantgardist dem Galeristen doch einen Nutzen, ja, eine Notwendigkeit zu. Ist er nicht eher mit einem Kommensalen vergleichbar, einem Organismus also, »der sich von der Nahrung eines (artfremden) Wirtsorganismus ernährt, ohne ihm dabei zu schaden«, wie der *Duden* erklärt? Oder ist er weit mehr als ein Tischgenosse, nämlich ein symbiotischer Partner, der nicht mehr aus der Verbindung herausschlägt als der Künstler? Dass es ihn braucht, scheint unbestritten, doch vermittelt das von Duchamp verwendete Bild etwas vom zwiespältigen, wenn nicht zweifelhaften Ruf des andere übervorteilenden Profiteurs, welcher der Figur des Galeristen anhaftet.

Die vorliegende Studie ist einem Akteur gewidmet, der mit einem der zentralen Handlungsprobleme im Feld der Gegenwartskunst konfrontiert ist: wie im Ungesehenen das Neuartige und somit Bedeutsame und Wertvolle ausgemacht werden kann. Soll das Unterfangen des Galeristen – und seit der Nachkriegszeit sehr oft der Galeristin – reüssieren, muss er jene Künstlerinnen und Künstler frühzeitig erkennen, deren Rezeption in den Konsens mündet, dass ihre Werke es würdig sind, in Museumssammlungen aufgenommen und für die Nachwelt aufbewahrt zu werden. Leidenschaft, Intuition und das Kennerauge reichen dafür nicht aus. Wer eine Galerie betreiben will, muss in der Lage sein, mit Künstlern über längere Zeit eine Arbeitsbe-

1 Tomkins 2013: 33.
2 Tomkins 1980: 40.

ziehung aufrechtzuerhalten, die nicht zuletzt darin besteht, dass der Galerist ihre Interessen nach außen vertritt. Er muss das Galeriepublikum dazu bringen – dazu erziehen –, die Kunst zu schätzen, die er in seinem Schauraum zeigt. Er muss deswegen Empathie und Geschmeidigkeit im Umgang mit anderen besitzen. Er muss sich mit den – meist akademisch geschulten – Vermittlern verständigen können, die nichtkommerzielle Ausstellungen organisieren, und mit solchen, die über Kunst schreiben; und er muss das Vertrauen jener gewinnen, die willens sind (Sammler) oder die Aufgabe haben (Museen), Kunstwerke zu erwerben, und sie davon überzeugen, dass sich ein Kauf lohnt.

Wie kann ein Galerist wissen, fragte der amerikanische Soziologe Howard S. Becker, ob Werk und Künstler, auf die er setzt und die er anderen empfiehlt, beim Publikum auf Zuspruch stoßen werden? Niemand könne dies mit Sicherheit wissen, schreibt er, bis die Geschichte durch die Handlungen anderer gesprochen habe, die sein Urteil stützten und einen Preisanstieg des Werks bewirkten. Doch Galeristen könnten nicht warten, bis die Geschichte gesprochen habe, und sie täten dies auch nicht: »[T]hey actively try to persuade the others whose actions will make history.«[3] Des Galeristen ganzes berufliches Handeln ist folglich darauf gerichtet, einem Artefakt, dessen symbolischer und ökonomischer Wert a priori indeterminiert sind, einen für Dritte plausiblen und verbindlichen Wert zu geben. Ein für diese Arbeit interviewter Galerist fasst das (Verkaufs-)Problem in folgende Worte: »Überhaupt das *Vertrauen* von den Leuten zu bekommen, die eben viel Geld ausgeben sollen für etwas, was nicht danach aussieht oder so, ja, das ist irgendwie immer schwierig« (Interview Roland Klemperer, 2007; für alle im Rahmen dieser Studie befragten Galeristinnen und Galeristen werden Pseudonyme verwendet). Neben dem Glauben an eine spezifische Kunst, der Fähigkeit, seine Begeisterung anderen zu vermitteln, und der Bereitschaft zum Risiko muss der Galerist, um ökonomisch zu überleben, über ausreichend praktischen und berechnenden Geschäftssinn verfügen und den Haushalt seiner Firma im Blick behalten.

Zu den im Metier selbst angelegten Unwägbarkeiten kommen Veränderungen im Kunstfeld, welche die Berufspraxis noch komplexer machen und manche dazu veranlasst haben, die Existenz der über hundert Jahre alten Institution Galerie infrage zu stellen: das Eindringen der Auktionshäuser in den Markt der lebenden Künstler seit den 1980er Jahren; die zentrale Bedeutung

3 Becker 2008 [1982]: 110.

der Kunstmessen seit den 1990er Jahren; die virtuelle Realität des Internets als »zentrifugale Kraft«,[4] in dem detaillierte Informationen über Kunstwerke zirkulieren, die als Basis für Kaufentscheide fungieren und in den Augen vieler die physische Präsenz des Kunstwerks obsolet erscheinen lassen; die territoriale Ausdehnung des Kunstfeldes und dichtere Vernetzung immer zahlreicherer Akteure, die zeitdiagnostisch unter dem Etikett »Globalisierung« verhandelt werden; damit aufs Engste verbunden der Aufstieg des »freien« Kurators seit den 1990er Jahren zu einem deutungsmächtigen Akteur, der als Entdecker neuer Kunst in Konkurrenz zum Galeristen getreten ist; die porös gewordene, hergebrachte Arbeitsteilung bzw. Polyvalenz der Feldakteure (Sammler als Händler, Kunstkritiker als Messeleiter, Kuratoren als Berater)[5] und schließlich der zusätzliche ökonomische Druck, den die neue Rolle des Galeristen als Kunst-Produzent erzeugt, der Herstellungskosten vorzuschießen hat, aber auch die zunehmend an ihn herangetragene Erwartung, sich substanziell an den Kosten von Museumsausstellungen zu beteiligen.[6] Abgesehen von den Veränderungen im Tätigkeitsprofil lassen sich diese Entwicklungen auch als Verlust an Deutungsmacht und Kontrolle der Galerien über die Bewertung von Kunst und als Symptom eines Bedeutungsverlusts des Galerieraums als Instrument der Vermittlung begreifen. Ein etablierter New Yorker Galerist resümiert die Veränderungen allerdings wie folgt: »What's different is that the context has changed *enormously*. So, there are more dealers, there's more money, there's more business, there's more opportunity, and if you were a hot artist in 1978 or 1980 there were about three dealers you could go to. If you're a hot artist in 2010 you could conjecture that there are *fifty* dealers you could go to« (Interview Stanley Lowell, 2010).

Die Einschätzungen zur Bedeutung der Galerien im Spannungsfeld von »Globalisierung«, Oligopolisierung des Marktes sowie diagnostizierter Ökonomisierung der Gegenwartskunst für die Produktion und Rezeption von Kunst divergieren. Eines der neuesten Phänomene ist die wachsende Zahl multinationaler Firmen mit Niederlassungen in mehreren Metropolen. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* titelte diesbezüglich »Zukunft der Galerien: Die Großen werden immer grösser und die Kleinen schließen«; »Trouble with Mega-Galleries« heißt es auch in New York, wo die Monopolisierung

4 Fleck 2013: 64.
5 Graw 2008: 105–108.
6 Pogrebin 2016.

der Aufmerksamkeit durch eine Handvoll »Elefanten« beklagt wird.[7] Dabei wird die Konzentration ökonomischer und symbolischer Macht bei wenigen Galerien in Zusammenhang mit dem kostspieligen Messewesen gebracht, das die vielen kleineren Galerien gefährde, weil angesichts der territorialen Expansion des Feldes nur noch die Präsenz auf Messen eine Existenz verspreche. So kam die französische Tageszeitung *Le Monde* am 23. Oktober 2013 zu dem Schluss, dass die Galerien in ihrer Vermittler- (und letztlich auch Entdecker-)funktion existenziell bedroht seien: Der Kunstbetrieb sei auf gesunde Galerien angewiesen. Diese litten jedoch und drohten gar, wegen der erbitterten Konkurrenz der über kolossale Ressourcen verfügenden Auktionshäuser, zu verschwinden. Doch stellten paradoxerweise auch die Messen eine Gefahr für die Galerien dar, weil sie viele Käufer weglockten. Im Jahr 2012 erwirtschafteten Galerien weltweit durchschnittlich 36 Prozent ihrer Einnahmen auf Messen; 2014 belief sich der Anteil auf 40 Prozent.[8] Selbst in Chelsea, dem im Westen Manhattans an den Hudson River grenzenden Viertel, das seit den späten 1990er Jahren eine Konzentration an kommerziellen Schauräumen aufweist, die ihresgleichen sucht, ist ein lokaler Widerhall tiefgreifender »globaler« Veränderungen feststellbar. Die Kunstkritikerin Roberta Smith schrieb in der *New York Times*:

> On many fronts it seemed that the global was winning out over the local, what with the continued proliferation of art fairs, the spread of auctions and the franchising of art galleries, on the Gagosian model, around the globe. And this year it often seemed as if the effects of all this […] were registering most powerfully in New York […] Things seemed to have slowed and quieted down […]. Often there didn't seem to be as many people or as much excitement in the galleries. I often wondered if dealers or artists were hoarding the good stuff for the fairs.[9]

Die seit ihrer Genese im späten 19. Jahrhundert singuläre, zentrale und zugleich fragile Stellung der Galerie als *gatekeeper* im Kunstfeld und die ins Kraut schießenden Krisendiagnosen, die bisweilen in der These vom »Ende

7 *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 21. Mai 2013; *New York Magazine*, 21. Oktober 2013. Ähnlich verlauten lässt sich die *Neue Zürcher Zeitung* vom 18. März 2017 (»Steht dem Kunstmarkt eine Korrektur bevor?«).

8 Diese Angaben stammen aus einem Bericht, der im Auftrag der European Fine Art Foundation (TEFAF) erstellt wurde, der Veranstalterin einer führenden Kunst- und Antiquitätenmesse im niederländischen Maastricht. Sie beruht demnach auf einer zu großen Grundgesamtheit (6 000 Galerien), die auch viele Kunsthandlungen umfasst, welche nicht Galerien im für diese Untersuchung maßgeblichen Sinn (d. h. der Vermittlung von Gegenwartskunst) sind.

9 Smith 2012.

der Programmgalerie« bzw. »Auslaufmodell«[10] gipfeln, bieten reichlich Anlass, um sich mit den Individuen zu befassen, die sich beruflich in eine solch exponierte und heikle Position begeben. In dieser Untersuchung wird gefragt, welche individuellen Voraussetzungen die Bewältigung der vielfältigen und zum Teil widersprüchlichen Handlungsprobleme begünstigen, mit denen Galeristinnen und Galeristen in ihrem beruflichen Alltag konfrontiert sind. Prädestinieren bestimmte biografische Herkunftskonstellationen dazu? Sind Galeristinnen und Galeristen oft die Kinder von Kunsthändlern – wurden sie also bereits in das Berufsfeld »hineingeboren«? Überwiegen Herkunftsmilieus mit zumindest merkantilen Traditionen, die ihnen den Geschäftssinn »vererben«? Handelt es sich um Töchter und Söhne aus gutsituierten, großbürgerlichen Verhältnissen, in denen Kunstliebhaberei – und unter Umständen das Sammeln von Kunst –, wie der Konzert- und Opernbesuch auch, Bestandteil einer milieuspezifischen Lebensführung ist und die das potenziell ruinöse Experiment einer jungen Galerie ökonomisch abzufedern vermögen? Sind bildungsbürgerliche Prägungen typisch, womöglich verbunden mit einem Elternteil, der Vertreter einer Profession ist? Oder kommen Galeristinnen und Galeristen aus eher wirtschaftsfernen und ökonomisch prekären Künstlerhaushalten und finden sich deshalb mit den Künstlern und Künstlerinnen gut zurecht? In der Studie wird gefragt, ob bestimmte habituelle Dispositionen besonders gut zu den Anforderungen eines Metiers passen, auf das keine Ausbildung vorbereitet und das man sich selbst beibringen muss; auf welche Motivlagen die Berufswahl zurückzuführen ist; woraus sich das Gefühl einer Berufung für diese Tätigkeit speist und welches die Motiviertheit des beruflichen Handelns von Galeristinnen und Galeristen ist. Welche »Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata«[11] strukturieren den beruflichen Alltag von Galeristinnen und Galeristen, welche sinnstiftenden Wertsetzungen ihre Deutungsmuster? In welchen Berufsauffassungen werden sie manifest? Von Interesse ist ferner, wie es Galeristinnen und Galeristen gelingt, geschäftliches Kalkül und Hingabe an die Sache – die Passion für die Kunst – miteinander zu vereinbaren; woraus sie das »charismatische Selbst-Vertrauen«[12] schöpfen, über die »prophetische« Gabe zu verfügen, im Unbekannten ein vielversprechendes Potenzial zu erkennen, das die riskanten Investitionen langfristig rechtfertigt und welche Gestalt letztlich diese Selbstcharismatisierung annimmt.

10 Graw 2008: 124–128.

11 Bourdieu 1993: 101.

12 Oevermann 1991: 332.

Diesen Fragen nach den Voraussetzungen für eine berufliche Bewährung gehe ich in elf Fallstudien nach, die auf Galeristinnen und Galeristen fokussieren, welche ein international rezipiertes Programm aufgebaut und sich im Zentrum des Kunstfeldes etabliert haben. Ich nehme mit anderen Worten ein Segment in den Blick, in dem sich mit größerer Wahrscheinlichkeit Galeristinnen und Galeristen finden, die aufgrund ihrer Deutungsmacht an der Selektion jener Kunst beteiligt sind, welche als für die Nachwelt aufbewahrungswürdig befunden wird und die Chance auf Aufnahme in den kunsthistorischen Kanon hat. In ihren Programmen vertreten sind folglich Künstlerinnen und Künstler, die Kunsthallen und Museen – die wichtigsten »Konsekrationsinstanzen«[13] – bespielen und deren Werke im Besitz der prominentesten Museumssammlungen sind. Gleichzeitig handelt es sich um Galerien, die an den prestigeträchtigsten Kunstmessen teilnehmen. Die Messepräsenz hat sich seit den 1990er Jahren zu einem Gütesiegel entwickelt, das in der Wahrnehmung der Feldakteure mehr als jede andere Positionierung für »Exzellenz« bürgt und Reputation stiftet. Geschätzt beteiligten sich 2008 rund 2 500 Galerien an internationalen Kunstmessen; die USA, Großbritannien und Deutschland waren mit insgesamt 40 Prozent der Aussteller mit Abstand am stärksten vertreten.[14] Anhand der in dieser Studie versammelten Fallporträts soll die Bandbreite der habituellen Dispositionen, Motivlagen und beruflichen Selbstverständnisse der Eigentümerinnen und Eigentümer von Galerien ausgelotet und eine Typologie skizziert werden. In längeren Interviews, die zumeist in den Galerieräumlichkeiten stattfanden, wurden in Europa und in den USA 23 Galeristinnen und Galeristen (15 Frauen, acht Männer) zu ihrem Werdegang und zu ihrem Beruf befragt. Sie stammen größtenteils aus dem deutschsprachigen und angelsächsischen Raum und haben ihren Geschäftssitz mit einer Ausnahme entweder in der Schweiz, Deutschland, Großbritannien (insgesamt neun) oder in den USA (zwölf). Sie sind zwischen 1925 und 1975 geboren (über die Hälfte in den 1950er und 1960er Jahren) und haben ihre Galerien zwischen 1965 und 2005 eröffnet (sechs in den 1980er, elf in den 1990er Jahren). Zum Zeitpunkt des Interviews betrieben vier Galerien zusätzlich Filialen in anderen Städten, drei davon in einem anderen Land (2018 sind es zehn; davon sechs in einem anderen Land, davon vier auf einem anderen Kontinent, in den USA bzw. Europa).

13 Bourdieu 2011: 34–48.
14 Quemin 2008: 83f.

Bevor in Kapitel 5 die Bildungs- und Berufsbiografien sowie Berufsauffassungen der interviewten Galeristinnen und Galeristen in Fallporträts dargestellt und typisiert werden, gilt es zunächst, in Kapitel 2 die Desiderate aus dem Forschungsstand abzuleiten, die wesentlichen analytischen Kategorien (Habitus, Deutungsmuster) einzuführen und das methodische Vorgehen zu erläutern. Sodann werden in Kapitel 3 Genese bzw. Ausdifferenzierung des Kunsthandels in einen primären und einen sekundären Markt skizziert, aus der im späten 19. Jahrhundert der Typus der modernen Programmgalerie hervorgeht. Diese wird in Relation zu den Kunstproduzenten sowie zu anderen Institutionen und Akteuren der Vermittlung und Bewertung im Feld der Gegenwartskunst (Museen, Kunsthallen, Sammler, Kuratoren, Kritiker) situiert, aus deren Zusammenspiel die Konsekration, d. h. Weihe, von Künstlerinnen und Künstlern erst resultiert. Zu berücksichtigen sind dabei die feldspezifischen Spielregeln bzw. Logiken des Bewertens und der Machtallokation sowie die territoriale Konfiguration des Feldes. Schließlich ist in Kapitel 4 ausgehend vom hybriden Profil seiner Funktion – der Gleichzeitigkeit von inhaltlicher und warenförmiger Vermittlung – und den daraus fließenden Handlungsproblemen, die seine Arbeit strukturieren, der Galerist als Typus zu definieren: Er zeichnet sich aus durch a) die ökonomischen und symbolischen Risiken, die aus der Pflicht zur Innovation herrühren, b) das langfristige Arbeitsbündnis mit dem/der Künstler/in, in dessen Rahmen oft nicht nur die künstlerische, sondern eine ganze Lebenspraxis thematisch ist, und c) das Oszillieren zwischen wertrationalem und zweckrationalem sozialen Handeln. Einerseits muss er von der Passion für die Kunst beseelt sein, die ihn sowohl in seiner Beziehung zum Künstler (als Partner) als auch für den Sammler (als integren Vermittler) glaubwürdig macht; andererseits erfordert sein Beruf Kalkül – den Geschäftssinn, der nötig ist, um Kunst zu verkaufen und den Galeriebetrieb aufrechtzuerhalten. Das berufliche Handeln von Galeristinnen und Galeristen soll dabei als unternehmerisches Handeln und folglich als eine spezifische Form charismatischen Handelns begriffen werden: Die Sichtbarmachung neuer bzw. noch nicht validierter Kunst beruht stets auf einer Behauptung, von der sich erst in der Zukunft erweisen wird, ob sie vernünftig war.

2. Konzeptuelle Grundlagen und methodisches Vorgehen

2.1 Forschungsstand

Das Galeriewesen bleibt ein angesichts seiner Bedeutung für die jüngere Kunstgeschichte zu wenig untersuchter Gegenstand. 1996 schrieb der amerikanische Soziologe András Szántó, die Galerie sei die im Kunstfeld am wenigsten erforschte Institution; 2012 konstatierte die französische Historikerin Julie Verlaine ein solches Defizit in Bezug auf Frankreich in den Nachkriegsjahren. Dies mag angesichts der Schlüsselrolle der Programmgalerie und, mehr noch, der präzedenzlosen, nicht zuletzt territorialen Expansion des Kunstfeldes seit der Jahrhundertwende einigermaßen erstaunen, in deren Verlauf gerade die warenförmige Vermittlung, der Kunstmarkt, nach den 1980er Jahren erneut – und unübersehbar – über das Kunstfeld hinaus ins Blickfeld geraten ist.

Der Kunsthandel im Allgemeinen ist Gegenstand zahlreicher historischer Arbeiten; eine diachrone Perspektive nehmen z. B. die Studie von Gerald Reitlinger (1961) zu den Gemäldepreisen vom 18. bis ins 20. Jahrhundert oder die Monografie von Malcolm Goldstein (2000) zum Kunsthandel in den Vereinigten Staaten ein. Die meisten (kunst-)historischen Beiträge verbinden einen epochenspezifischen Zugang mit einem lokalen oder regionalen Fokus, typischerweise auf ein (historisches) Zentrum des Kunstfeldes.[15]

15 Deutschland im 15. und 16. Jahrhundert (Wagner 2014 [2008], kunsthistorisch), Florenz während der Renaissance (Kubersky-Piredda 2005: 283–322, insbes. 308–313, kunsthistorisch), Antwerpen im 16. und 17. Jahrhundert (Honig 1998, kunsthistorisch), die Niederlande im 17. Jahrhundert (North 2001 [1992], historisch), Berliner Akteure in den Jahrzehnten vor 1933 (Ludewig u. a. 2012), der Bilderhandel in Paris im 18. Jahrhundert (Michel 2008, kunsthistorisch), der Kunstmarkt in Frankreich (sprich: Paris) in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts (Green 2007 [1987]) oder in Paris 1910 bis 1930 (Gee 1981, kunsthistorisch), der Kunsthandel während des Nationalsozialismus anhand einer Fallstudie (Hopp 2012, kunsthistorisch), der Kunstmarkt in New York in der Nachkriegszeit (Robson 1995, kunsthistorisch). Der Band »Der Kunstmarkt in der Schweiz

Einen größeren Teil der Literatur bzw. Publizistik zum Galeriewesen machen (Auto-)Biografien, Porträts oder Selbstzeugnisse von Galeristen aus, deren zentrale Position durch die Kunstgeschichte bezeugt ist und/oder die noch berufstätig sind.[16] Sie sind für diese Untersuchung hauptsächlich von heuristischem Interesse. Ihre auffallend große Zahl ist zum einen – auch wenn es sich um tendenziell im Hintergrund agierende Intermediäre handelt – mit den strukturell notwendigen charismatischen Dispositionen von Galeristinnen und Galeristen zu erklären, die leicht zu heroisierenden (Selbst-)Stilisierungen führen können, und zum andern (und wohl in erster Linie) mit der im Kunstfeld zentralen Bedeutung von Reputation und Konsekrationsmacht, die sehr ausgeprägt an Individuen gebunden sind.

Aufschlussreiche Einblicke in die Organisations- und Funktionsweise von Galerien, d. h. in die Berufspraxis, bieten Studien, die räumlich fokussieren und sich zum Teil auf die Archivbestände der untersuchten Galerien stützen. Dazu zählen die neueren Arbeiten von Julie Verlaine zu Paris von 1944 bis 1970 (2012) und der Kunsthistorikerin Daniela Wilmes zu Köln in den Nachkriegsjahren (2012), aber auch der Beitrag von Szántó zu New York in den 1980er Jahren (1996). Zwei unterdessen klassische kunstsoziologische Studien skizzieren den Galeristen als das Risiko nicht scheuenden, unternehmerischen Typus im Schumpeter'schen Sinne bzw. betonen das seinem beruflichen Handeln innewohnende spekulierende Moment: *Le marché de la peinture en France* (1967) von Raymonde Moulin sowie, erstmals 1965 aufgelegt, *Canvases and Careers. Institutional Change in the French Painting World* von Harrison C. White und Cynthia White (1993). Beide führten den Galeristen im Zusammenhang mit dem Impressionismus als zentralen Akteur des (autonomen) Kunstfeldes ein. Doch erst *Der Galerist – Versuch einer soziologischen Strukturanalyse* von Ulrich Oevermann (1997) bot eine systematische, idealtypische Konturierung des Galeristen als spezifisch moderne Ausprägung des Kunsthändlers und seiner Handlungsprobleme.[17]

(vom 19. Jahrhundert bis heute)« (Jaccard/Guex 2011) verhandelt das Thema vorwiegend historisch und kunsthistorisch.

16 Stellvertretend seien die Biografie des Berliners Paul Cassirer (Kennert 1996) genannt, der Pariser Paul Durand-Ruel (Assouline 2002), Daniel-Henry Kahnweiler (Assouline 1988) und Berthe Weill (Le Morvan 2011) sowie der New Yorker Alfred Stieglitz (Lowe 1983), Betty Parsons (Hall 1991) und Leo Castelli (Cohen-Solal 2010). Zu den bekannteren Selbstzeugnissen zählen jene von Durand-Ruel (2014 [1939]), Ambroise Vollard (1937 [1936]) und Kahnweiler (1998 [1961]).

17 Vgl. dazu auch Alemann 1997.

Die an die unternehmerische Eigenschaft des Galeristen gekoppelte Frage der Position bzw. Positionierung von Galerien (einschließlich des *gatekeeping*) untersuchen soziologische Fallstudien zum Einfluss der Verbindung von Galerie und Künstler auf deren jeweilige Position, die sich auf das territoriale Zentrum des Kunstfeldes, Paris (Zwischenkriegszeit) bzw. New York (nach dem Zweiten Weltkrieg), konzentrieren.[18] Dem für die Berufspraxis von Galeristen zentralen Verhältnis zwischen symbolischem und ökonomischem Wert bzw. der ökonomischen Bewertung von Kunst widmen sich kunsthistorische, ökonomische und soziologische Arbeiten.[19] Unter letzteren ist die qualitative Studie von Olav Velthuis hervorzuheben, der sich mit der Preissetzung in der Galerie anhand holländischer und amerikanischer Beispiele befasst. Annäherungen an die Frage des beruflichen Selbstverständnisses bietet Hans Peter Thurns epochenübergreifende Monografie *Der Kunsthändler. Wandlungen eines Berufes* von 1994, einer der seltenen Versuche, die Geschichte dieses Akteurs und seiner modernen Variante, des Galeristen, aufzuarbeiten. Thurns Skizzen historisch relevanter Figuren sind mit Typisierungen durchzogen. Diese setzen allerdings auf verschiedenen Ebenen an, d. h. können ein Selbstverständnis andeuten, sind aber bisweilen rein deskriptiv oder beschränken sich auf die Benennung von Kernfunktionen. So sieht Thurn im New Yorker (Fotografen) Alfred Stieglitz (1864–1946) einen »Promoter« und im New Yorker Textilindustriellen und Sammler Sidney Janis (1896–1989), der sowohl kanonisierte europäische Kunst als auch amerikanische Nachkriegsavantgarde und Pop Art vermittelte, einen »Kunstkaufmann«. Doppelrollen bezeichnet Thurn als solche: Der literarisch tätige Berliner Verleger und Galerist Paul Cassirer (1871–1926) ist ein »marchand créateur«, die New Yorkerin Betty Parsons (1900–1982) eine »Künstlerin-Händlerin«, die eine »Produzentengalerie« betreibt (Fälle mit mehr als einer Funktion sind im Sample der vorliegenden Studie vertreten; sie repräsentieren zwar keinen Typus, lassen sich aber ein und demselben Typus zuschreiben)[20]. In der Pariserin Denise René (1913–2012) mit dem Selbstverständnis einer »marchande militante« erkennt Thurn eine »missionarische Mentalität«. Unter den Vertretern der westdeutschen Generation der 1950er und 1960er Jahre macht er drei Typen aus: erstens den als Galeristen letztlich

---

18 Accominotti 2008; Bystryn 1978; Crane 1987: 110–118; Guiffre 1999.

19 Weihe 1992 (kunsthistorisch); Bonus/Ronte 1997 [1991], Klein 1993 und Sagot-Duvauroux 2004 (ökonomische Beiträge); Beckert/Rössel 2004 (soziologisch/quantitativ), Moulin 1995, Velthuis 2005 (kultursoziologisch).

20 Siehe Kapitel 5.2, Typus Wahlverwandtschaften.

scheiternden »intellektuellen Agenten in der Tradition des 18. Jahrhunderts, den ›connaisseur‹ doch ›marchand‹ wider Willen«; zweitens den intellektuell Ehrgeizlosen – kein »Kommentator«, sondern ein »Markteroberer« –, der »sich ganz auf die praktischen Seiten des Geschäfts, auf den konkreten und direkten Umgang mit Künstlern, Werken, Käufern« konzentriert und insofern gewisse Züge mit niederländischen Händlern des 16. und 17. Jahrhunderts teilt, in seiner Beharrlichkeit aber auch mit frühen Galeristen wie Durand-Ruel oder Vollard verwandt ist; und drittens den »beredt« nach außen tretenden Typus, der »Kulturpflege« und »Marktsondierung« mit »sorgfältigem Management« verbindet.[21]

Das Selektionskriterium zur Generierung von Fallmaterial für diese Studie (eine zentrale Position im Kunstfeld) schließt den ersten dieser Typen (den scheiternden Connaisseur) quasi von vornherein aus. Thurns zweiter und dritter Typus verweisen auf basale Aspekte von Berufsauffassungen und -praxis (Vermarktung, inhaltliche Vermittlung), die Voraussetzungen für das Gelingen des Unterfangens eines Galeristen sind. Deshalb ist mit Blick auf die in Kapitel 4 vorgenommene Bestimmung des Galeristen als spezifisch modernen Typus Kunsthändler davon auszugehen, dass sie (unterschiedlich ausgeprägt) bei den meisten interviewten Galeristinnen und Galeristen manifest sind. Einen Typisierungsversuch unternimmt auch Verlaine, die für die Pariser Galerien der Nachkriegszeit zwei Betriebsarten (»modes d'organisation«) herausgearbeitet hat, die etwa gleich häufig vorkommen und nicht zwingend vom Umfang der finanziellen Ressourcen abhängen: das Unternehmen bzw. die Firma (»entreprise«) und den Verein oder die Vereinigung (»association«) mit dem Galeristen als Teamleiter (»chef d'équipe«).[22] Den ersten Typus kennzeichnet die hierarchisch auf den Galeristen zugeschnittene Organisation und Delegierung der Aufgaben, den zweiten Typus eine eher informelle Arbeitsteilung mit tendenziell weniger Angestellten, an deren Stelle Personal punktuell angeheuert wird. Gleichwohl weist Verlaine dem Typus Firma de facto eine zentralere Position als dem Typus Verein zu, insofern als sie einen kausalen Zusammenhang zwischen der Betriebsart der Galerie und ihrer Position herstellt: Je umfassender und verbindlicher die Verpflichtungen gegenüber Künstlern und Werken – sprich: je umfassender die Betreuung –, desto eher sei ein »Dispositiv« erforderlich, um diesen nachzukommen. Ein solcher Orga-

21 Thurn 1994: 130, 188, 191, 194, 209, 216f.
22 Verlaine 2012: 215–218.

nisationstyp entspricht tendenziell dem vom Marcia Bystryn skizzierten »markt-orientierten« Typus Galerie.[23]

Der Fragestellung der vorliegenden Studie am nächsten ist die soziologische und ethnografische Analyse von Szántó (1996). Er entwirft anhand dreier kontrastierender Fallporträts eine Typologie des Unternehmensprofils der New Yorker Galerien der 1980er Jahre, die als Manifestationen des Selbstverständnisses ihrer Eigentümer betrachtet werden können: erstens »Professionalität« im Sinne eines effizienten Managements, das auf einer rationalen bürokratischen Organisation basiert; zweitens »Engagement/Verbindlichkeit« als dauerhafte Treue zu Künstlern abseits kurzfristiger Trends; drittens »Affinitäten« im Sinne eines demografisch relativ homogenen Programms, das als familienähnlicher Verband funktioniert (nicht zufällig handelt es sich um die jüngste der drei Galerien). Der zweite Typus »Engagement/Verbindlichkeit« verweist, ähnlich wie gewisse Typisierungen von Thurn, auf ein konstitutives Merkmal der modernen Programmgalerie. Jedoch lassen sich die beiden anderen (»Professionalität« und »Affinitäten«) zu zwei im Rahmen dieser Studie rekonstruierten Typen des beruflichen Selbstverständnisses in Beziehung setzen: Betriebsführung bzw. Wahlverwandtschaften.

Die durch die feldspezifische »illusio«[24] vorgegebene Fixierung auf das Individuum, das sich erst durch als singulär wahrgenommene Leistungen überhaupt für Positionen im Kunstfeld qualifiziert und sichtbar wird, mag zum Teil erklären, weshalb die Soziologie (gewissermaßen gegen den Strich) bisher zwar Strukturen – genauer: Netzwerke – auf der Ebene der Interaktion *zwischen* der Institution Galerie und anderen Akteur-Typen erforscht hat (Galerie-Künstler, Galerie-Galerie, Galerie-Künstler-Kritiker usw.), jedoch nicht die Strukturen *in* den sie betreibenden Individuen (habituelle Dispositionen, sinnstiftende Wertsetzungen, Deutungsmuster), die berufliches Handeln und berufliche Interaktionen (z. B. Genese und Struktur beruflicher Netzwerke) bestimmen und in einem günstigen Passungsverhältnis zur Bewältigung ihrer Handlungsprobleme stehen. Bisher fehlte eine solche kultursoziologische Perspektive auf die Betreiber und Betreiberinnen von Galerien, die Erkenntnisse über Sinnzusammenhänge und Wertsetzungen verspricht, welche ihr Handeln strukturieren und normieren.

23 Bystryn 1978: 240.
24 Bourdieu 2001: 360f.

2.2 Theoretische Bezüge und Begrifflichkeit: Habitus, Deutungsmuster

Mit der vorliegenden Studie soll deshalb versucht werden, eine Lücke zu schließen und das idealtypische Profil von Galeristinnen und Galeristen in Bezug auf ihre habituellen Dispositionen, Motivlagen, Wertsetzungen und Deutungen zu rekonstruieren. In der Studie wird mit anderen Worten der Frage nachgegangen, welches die individuellen Voraussetzungen für die Eröffnung einer Galerie und die Ausübung des Galeristen-Metiers sind. Sie leistet damit einen Beitrag zum besseren Verständnis von Funktionsweise und Dynamik der zeitgenössischen Vermittlung und insofern auch des Zustandekommens von Kunst. Forschungsleitend ist die Prämisse, dass der Lebenspraxis und folglich auch dem beruflichen Handeln strukturierende habituelle Dispositionen und Deutungsmuster zugrunde liegen, die abhängig von der Tiefe ihrer Verankerung unterschiedlich stark der Reflexion zugänglich sind. Die »*Habitusformen* als Systeme dauerhafter und übertragbarer *Dispositionen*« werden von spezifischen *»Existenzbedingungen«*[25] erzeugt; Dispositionen bilden sich hauptsächlich in »ontogenetischen Krisen der milieugebundenen Sozialisation«[26] aus. Deutungsmuster, mit »Weltbildern« vergleichbar, sind »krisenbewältigende Routinen, die sich in langer Bewährung eingeschliffen haben und wie implizite Theorien verselbständigt operieren, ohne dass jeweils ihre Geltung neu bedacht werden muss«.[27] Unter Krise ist ganz allgemein »das je Überraschende und Unerwartete« zu verstehen, das aus »der Zukunftsoffenheit des Ablaufs von Praxis und der damit verbundenen Ungewissheit« resultiert.[28]

Basale Voraussetzungen des beruflichen Handelns von Galeristen wie die »charismatische Grundstruktur« (Peter Schallberger) oder die »Disposition zum Handeln« (Joseph Schumpeter) (vgl. Kapitel 4.4.2) sind habituell fundiert. Der Habitus »gewährleistet die aktive Präsenz früherer Erfahrungen, die sich in jedem Organismus in Gestalt von Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata niederschlagen«.[29] Das Habitus-Konzept erfasst die Sedimente oder Spuren der kollektiven und milieuspezifischen Vergangenheit

25 Bourdieu 1993: 98.
26 Oevermann 2001: 46f.
27 Oevermann 2001: 44, 38. Vgl. zum Unterschied zwischen Habitus und Deutungsmuster ebd.: 45–49.
28 Oevermann 2008: 57.
29 Bourdieu 1993: 101.

im Individuum und eignet sich deshalb dazu, die Herkunftskonstellationen der Galeristinnen und Galeristen in die Analyse miteinzubeziehen und nach der Tradierung von Dispositionen in der familialen Generationenfolge zu fragen, die für ihre Berufspraxis relevant sind. Damit sich ein Individuum (beruflich) bewähren kann, müssen dessen habituelle Dispositionen auf ihm affine Institutionen und Regeln treffen, deren Fortbestehen sie so gewährleisten. Die Wahrscheinlichkeit eines Passungsverhältnisses ist groß, da dem Habitus eine Art selbstimmunisierende Krisenfestigkeit eignet, insofern er gewissermaßen dazu tendiert, einen anschlussfähigen Kontext anzusteuern bzw. ein Individuum tendenziell einen für seine habituellen Dispositionen adäquaten Kontext (Feld, Beruf, Position im Feld usw.) aufsucht: »Durch die systematische ›Auswahl‹, die er zwischen Orten, Ereignissen, Personen des *Umgangs* trifft, schützt sich der Habitus vor Krisen und kritischer Befragung, indem er sich ein *Milieu* schafft, an das er so weit wie möglich vorangepasst ist […].«[30] Umgekehrt überdauern die Strukturen eines Feldes (Normen, Konventionen, »illusio« usw.) nur deshalb, weil sie von dafür empfänglichen Individuen inkorporiert worden sind und auf diese Weise reproduziert werden.[31]

Auch bei (sozialen) Deutungsmustern handelt es sich um kollektive, in Traditionen eingebettete, d. h. historische Erzeugnisse, die in Bezug auf Handlungsmaximen und -strategien strukturierend wirksam sind. Sie verweisen auf das, was Karl Mannheim als die »Seinsgebundenheit allen Denkens und Erkennens«[32] bezeichnet hat. »Sowohl an die biographische Herkunftskonstellation als auch an die Bedingungen einer spezifischen historischen Zeit können typische Lebensentwürfe, Wertvorstellungen und Urteilsformen angekoppelt sein, auf die sich der Einzelne in seinen lebenspraktischen Entscheidungen in irgendeiner Weise bezieht oder beziehen muss.«[33] Deutungen und Wertsetzungen von Galeristen – konkreter: ihr berufliches Selbstverständnis, ihre Feldperzeption – sind somit stets auf den kollektiven Sinnzusammenhang hin zu analysieren, in welchen sie eingeschrieben sind. Für Galeristen beidseits des Atlantiks berufspraktisch relevant – nämlich im Hinblick auf die Initiierung und Gestaltung des Arbeitsbündnisses mit Künstlern – ist z. B. die Typisierung des im Umgang »schwierigen Künstlers«. Sie verweist auf ein für das autonome Kunstfeld konstitutives und äu-

30 Bourdieu 1993: 113f.

31 Bourdieu 1993: 97–121.

32 Mannheim 1984 [1925]: 47. Vgl. zum Deutungsmusterkonzept Lüders/Meuser 1997.

33 Honegger u. a. 2002: 54.

ßerst wirkungsmächtiges Deutungsmuster: den Künstler als Genie, der unangepasst, ja exzentrisch ist und dem Galeristen deshalb spezifische Formen der Interaktion abverlangt. Als Deutungsmuster erweist sich diese Typisierung aufgrund ihrer räumlichen und zeitlichen Reichweite. Die »Würde« des Künstlers führt der Kulturhistoriker Wolfgang Ruppert auf dessen als außerordentlich – »genial« – wahrgenommene Begabung zur Fantasie zurück, die ihm seit dem späten 18. Jahrhundert attestiert wird. In einer bürgerlichen Gesellschaft hob ihn das »Prestige der schöpferischen Individualität […] in eine mit der Oberschicht nahezu gleichwertige Position«[34] und erlaubte ihm eine außerordentliche – nonkonforme –, von jener ordentlichen des Bürgertums abweichende Lebensführung.[35] In der folgenden Sequenz verknüpft ein Galerist die Typisierung des »schwierigen Künstlers« mit einem ebenfalls verbreiteten Wahrnehmungsmuster, das europäischen und amerikanischen Galerien divergierende Stile der beruflichen Praxis zuschreibt, um zu erklären, weshalb die bilateral ins Auge gefasste Zusammenarbeit mit einer profilierten New Yorker Galerie letztlich nicht zustande gekommen ist: »Es ist halt so eine amerikanische Galerie.« Auf die Frage des Interviewers, was das heiße, führt er aus:

> Die machen gewisse Dinge mit, und manche machen sie auch eben nicht mit. […] und ich kann jetzt da irgendwie [K.] mal abends, nachts aus [L.] anruft oder so, das finden die dann schon ganz schlimm. Also, das können die schon gar nicht *ertragen*. Also, das ist halt irgendwie auch so eine Sache, die wollen gar keine schwierigen Künstler haben – zum Beispiel. ›We don't show difficult artists‹, haben sie mal gesagt. Und das haben wir nur. Da gibt es gar keinen, der einfach ist. Manche *tun* so, als wären sie einfach. Aber gute Künstler sind wahrscheinlich *nie* ganz einfach (Interview Roland Klemperer, 2007).

Genauso wie habituelle Dispositionen sind Deutungen von Galeristinnen und Galeristen jeweils dahingehend zu befragen, inwiefern sie Ausdruck bzw. Varianten sozialer und/oder historischer Deutungsmuster sind und an tradierte Wissens- und Weltanschauungsbestände anschließen. »Auch wo es für das erlebende Subjekt den Anschein hat«, schreibt Karl Mannheim, »als kämen seine ›Einsichten‹, ›Intentionen‹ einfallsmäßig, sprunghaft und nur aus ihm, so stammen sie dennoch aus einer auch in ihm lebendigen (aber ihm reflexiv nicht bewussten) kollektiven Grundintention.« Deshalb gelte es, »in diese – gleichsam hinter dem Rücken des Einzelnen sich abspielende (d. h. in

---

34 Ruppert 1998: 268.
35 Ruppert 1998: 275.

die reflexive Bewusstheit nicht hineinragende) – Ebene der Kollektivintentionen vorzudringen und den tieferen Zusammenhang der in einem Zeitalter oder in einer Strömung zustande kommenden isolierten Einzelbeobachtungen herauszuarbeiten – zu rekonstruieren«.[36]

2.3 Methode und Darstellung

Als Datenbasis dienen der vorliegenden Studie erstens 22 Interviewtranskripte, neun in deutscher und 13 in englischer Sprache (in einem Fall wurden die beiden Geschäftspartner gemeinsam befragt), zweitens die jeweils im Anschluss an die Interviews erhobenen Eckdaten zur sozialen Herkunft und Biografie der 23 Interviewees und zur Galerie sowie drittens deren Internetseiten und vereinzelt publizistische Erzeugnisse (Monografien, Kataloge, Presseartikel).[37] Die 2007, 2009 und 2010 entstandenen themenzentrierten Interviews dauerten in den meisten Fällen 60 bis 110 Minuten und fokussierten zum einen auf Bildungs- und Berufsbiografie und zum andern auf Berufspraxis, -auffassung und Perzeption des Kunstfeldes. Ein Themenkatalog, der im Verlauf der Untersuchung dem Kenntnisstand zu Feld und Beruf leicht angepasst wurde, gewährleistete, dass trotz des variablen, spontanen Gesprächsverlaufs, der über weite Strecken den Gedankengängen und Assoziationsketten der Interviewees folgte – also die sich in ihrer jeweiligen Sequenzialität entfaltende Lebenspraxis möglichst nichtediert einfing –, die Impulse und Interventionen des Interviewers inhaltlich einigermaßen homogen waren. In den Falldarstellungen sind sowohl Personen- als auch Ortsnamen weitestgehend anonymisiert. Desgleichen sind Jahreszahlen und Angaben zum Alter einer Galerie oder Person oder zur Dauer einer Tätigkeit in der Regel approximativ.

36 Mannheim 1984 [1925]: 68. Vgl. Honegger 2001: 128–132 für eine wissenssoziologische Ergänzung der Deutungsmusteranalyse durch das Konzept der Weltanschauung.

37 Wo Rückschlüsse auf die Interviewees möglich sind, wird auf Quellenangaben verzichtet.

2.3.1 Grounded Theory

Die nicht-standardisierende Erhebungsmethode generierte Datenmaterial, das weitgehend nicht vorstrukturiert war und sich für ein interpretativ-rekonstruktives Auswertungsverfahren besonders gut eignete. Ein solches bietet sich angesichts der explorativen Anlage der Studie an, in der es nicht darum ging, »Beziehungen zwischen Variablen« bzw. Hypothesen zu überprüfen, sondern in Anlehnung an die *Grounded Theory* in einem iterativ-zyklischen Prozess »relevante Kategorien und ihre Beziehungen untereinander« zu entdecken und »gegenstandsverankerte« Theorien zu generieren[38] – d. h. Idealtypen zu konstruieren. Dabei alternierten materiale Analyse und Datenerhebung:

> Anstatt Datengewinnung, Datenanalyse und Theoriebildung als nacheinander zu bewältigende Arbeitsschritte anzulegen, besteht die Forschungslogik der GT gerade darin, dass alle drei Tätigkeiten parallel betriebene Modi des Forschens sind, die sich gegenseitig produktiv beeinflussen. Analytische Ideen bei der Auswertung der Daten sollen nicht nur die Entwicklung der gegenstandsbezogenen Theorie beeinflussen, sie wirken auch, ebenso wie die Theoriegenese selbst, auf den Prozess der Datengewinnung zurück.[39]

Letztere erfolgte konsequenterweise unter Anwendung des »theoretical sampling«, einer in dem Sinne theoretisch kontrollierten Erhebungsmethode, als die aus der Datenanalyse gewonnenen Erkenntnisse die Auswahl neuen Datenmaterials lenkte.[40]

Da innerhalb des vorweg definierten Segments ein möglichst breites Spektrum berücksichtigt werden sollte, wurde jeweils im Anschluss an eine Fallanalyse bezüglich eines oder mehrerer der interessierenden Merkmale (Alter, Geschlecht, soziale Herkunft, Ausbildung, Geschäftssitz usw.) gedankenexperimentell ein maximal kontrastierendes Profil erstellt, an dem sich die nächste Etappe der Datengewinnung orientierte. Kontrastlinien ergaben sich folglich immer wieder erst im Verlauf der Datenanalyse, weil gerade Herkunftskonstellationen und Biografien selten vorweg bekannt sind. Im besten Fall kann dieses Auswahlverfahren so lange fortgesetzt werden, bis die Analyse neuen Datenmaterials keine neuen Einsichten zum Untersuchungsgegenstand und seinen Ausprägungen generiert, sich also eine theo-

---

38 Strauss/Corbin 1996: 32. Vgl. auch Strübing 2013: 109–129; Strübing 2008.

39 Strübing 2013: 113.

40 Strauss/Corbin 1996: 148–165. Vgl. zur Datenbasis und Kontrastierung auch Oevermann 2000: 97–100.

retische Sättigung einstellt. Ein solches kontrastives Forschungsdesign zielt somit (im Sinne einer Strukturgeneralisierung) auf generalisierbare Aussagen zur Beschaffenheit des Gegenstandes, nicht jedoch auf Aussagen über die Häufigkeit des Auftretens seiner Ausprägungen in der empirischen Wirklichkeit (im Sinne einer empirischen Generalisierung bzw. statistischer Repräsentativität).[41] Forschungspraktisch mussten bei der Datengewinnung einige Kompromisse in Kauf genommen werden, die sich zum Teil auf die Kontrastierung der Fälle und den Sättigungsgrad der Ergebnisse auswirken. Interviewtermine konnten häufig erst durch die Vermittlung eines bereits interviewten Falls vereinbart werden. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Minimierung der Kontraste und einer merkmalsmäßig eher partiellen Erfassung des untersuchten Segments Galerien.

2.3.2 Auswahl der Fälle, Kontrastierungen

Die in dieser Studie betrachteten Eigentümerinnen und Eigentümer von Galerien nehmen eine relativ bis sehr zentrale Position im Feld der Gegenwartskunst ein. Diese zentrale Position ist gleichbedeutend mit Deutungsmacht, d. h. einer Synthese aus symbolischem, sozialem und ökonomischem Kapital, deren Produkt die »Konsekrations- und Legitimationsmacht«[42] einer Galerie ist. Diese Macht ist in der Präsenz von Werken (als Ausstellungs- und/oder Sammlungsobjekte) von Künstlern aus dem Galerieprogramm in den angesehensten Museen und Schauräumen objektiviert. Da Messen sich seit den 1990er Jahren nicht nur für die Distribution, sondern bereits für die Rezeption von Kunst zu vitalen Drehscheiben für die Geschäftstätigkeit von Galerien entwickelt haben und sich unter den Ausstellern folglich gerade auch die deutungsmächtigsten finden, können die prominentesten Messen als sich temporär manifestierende Zentren des Primärmarktes betrachtet werden. Die Position einer Galerie lässt sich also neuerdings nicht nur anhand der Präsenz der von ihr vermittelten Kunst in Museen und Kunsthallen erschließen, sondern bis zu einem gewissen Grad auch an ihrer Teilnahme an Messen ablesen.[43] Als weltweit führende Messe für Gegenwartskunst gilt spätestens seit der Jahrhundertwende die Basler Ausgabe der Art

41 Vgl. zur Generalisierbarkeit fallrekonstruktiver Erkenntnisse Honegger u. a. 2002: 60f.; Oevermann 1991: 272f.; Oevermann 2000: 116–129.

42 Bourdieu 2001: 88.

43 Schultheis u. a. 2015: 65–91.

Basel. Der Messeauftritt in Basel ist im Berufsfeld zu einem relativ verlässlichen Indiz dafür geworden, dass eine Galerie sich im Zentrum des Feldes positionieren konnte. Relativ ist es deshalb, weil das Messereglement den Bewerbern bloß drei Jahre ununterbrochene Geschäftstätigkeit vorschreibt und diese kurze Dauer a priori noch keine Auskunft darüber gibt, ob es der Galerie gelingen wird, ihre Position auch längerfristig zu behaupten. Der zur Generierung von Datenmaterial für diese Studie eingesetzte verhältnismäßig engmaschige Filter (mindestens eine Teilnahme an der Art Basel) verhindert demnach nicht, dass die Datenbasis abgesehen von Variation hinsichtlich Merkmalen wie Geschlecht, soziale Herkunft, Bildungs- und Berufsbiografie, Geschäftssitz oder Größe der Galerie (Personal, Programm, Ausstellungsfläche, Anzahl Niederlassungen) auch eine markante generationelle Streuung aufweist. Eine solche Kontrastierung drängt sich auf, weil sich die Handlungsbedingungen (und zum Teil auch das Tätigkeitsprofil) seit den 1960er Jahren markant verändert haben. Ferner sollten amerikanische Galeristen im Sample deshalb nicht fehlen, weil diese aufgrund der wesentlich geringeren Dichte an Museen und nichtkommerziellen Schauräumen in den USA für die Vermittlung von Gegenwartskunst eine kritischere Rolle als in Europa spielen.

Das Ziel dieser Untersuchung besteht in der Rekonstruktion idealtypischer Rollenprofile von im Feld der Gegenwartskunst tätigen Galeristinnen und Galeristen in Bezug auf ihr Selbstverständnis und ihre habituellen Dispositionen. Diese Typisierung soll das Spektrum diesbezüglicher Varianten ausloten. Anhand kontrastierender Fallporträts sollen jene Dispositionen und (Selbst-)Deutungen herauspräpariert werden, die es ihnen ermöglichen, ihr Metier im Zentrum des Kunstfeldes auszuüben. Idealtypen sind im Anschluss an Max Weber als eine Art selektive Abstraktionen zu begreifen; sie sind weder Beschreibungen noch Hypothesen, sondern werden durch die Isolierung und kausale Verknüpfung ausgewählter Aspekte eines interessierenden Phänomens der empirischen Wirklichkeit konstruiert:

> Dieses Gedankenbild vereinigt bestimmte Beziehungen und Vorgänge des historischen Lebens zu einem in sich widerspruchslosen Kosmos gedachter Zusammenhänge. Inhaltlich trägt diese Konstruktion den Charakter einer Utopie an sich, die durch gedankliche Steigerung bestimmter Elemente der Wirklichkeit gewonnen ist. Ihr Verhältnis zu den empirisch gegebenen Tatsachen des Lebens besteht lediglich darin, dass da, wo Zusammenhänge der in jener Konstruktion abstrakt dargestellten Art […] in der Wirklichkeit als in irgend einem Grade wirksam festgestellt sind oder

vermutet werden, wir uns die Eigenart dieses Zusammenhangs an einem Idealtypus pragmatisch veranschaulichen und verständlich machen können.[44]

Der Idealtypus gibt eine Vergleichsfolie ab, die wie ein Korrekturfilter überzeichnend (idealisierend) Kontraste schärfer hervortreten lässt.

Er ist ein Gedankenbild, welches nicht die historische Wirklichkeit oder gar die ›eigentliche‹ Wirklichkeit ist, welches noch viel weniger dazu da ist, als ein Schema zu dienen, in welches die Wirklichkeit als Exemplar eingeordnet werden sollte, sondern welches die Bedeutung eines rein idealen Grenzbegriffes hat, an welchem die Wirklichkeit zur Verdeutlichung bestimmter bedeutsamer Bestandteile ihres empirischen Gehaltes gemessen, mit dem sie verglichen wird.[45]

Bereits für die Erzeugung von Variation bzw. Kontrasten, die bei der Datenerhebung bezüglich der erwähnten Merkmale angestrebt wurden, kamen unter Umständen Typisierungen zur Anwendung, die Züge eines Idealtypus aufweisen. Darunter fällt etwa die im Kunstfeld verbreitete Perzeption einer Arbeitsteilung oder eines Ausbeutungsverhältnisses: die Unterscheidung zwischen Galerien, die als die ersten kommerziellen Vermittler junger Künstler und insofern als die eigentlichen *gatekeeper* des Kunstmarktes fungieren, am einen Pol und Galerien, die erstere als Reservoir nutzen, am anderen Pol eines Status- oder Prestige-Kontinuums. Den *gatekeeping*-Begriff verwende ich in einem doppelten Sinn. Einerseits ist damit die Funktion bzw. Eigenschaft der Programmgalerie an sich benannt. Andererseits dient er der Unterscheidung zwischen Galerien, die deutlich häufiger als andere (junge) Künstler zum ersten Mal zeigen, und solchen, die deutlich häufiger als andere Künstler rekrutieren, die bereits von Galerien vertreten werden, und deutlich mehr etablierte Künstler im Programm und so mehr Konsekrationsmacht haben. Letztere beginnen sich für ein künstlerisches Werk zu interessieren, wenn dieses erste institutionelle Anerkennung gefunden hat. Sie heben es in ein höheres Preissegment, machen es damit für ein neues Kundensegment sichtbar und vermitteln es in prestigeträchtige Sammlungen. Es handelt sich bei dieser Arbeitsteilung um ein Strukturprinzip des Kunstfeldes, in dem Positionen allerdings nur in den wenigsten Fällen zementiert sind und Positionierungen von Künstlern und Galerien diesbezüglich unablässig Verschiebungen herbeiführen bzw. solchen ausgesetzt sind. Katherine Giuffre hat basierend auf einer Netzwerkanalyse dieses Phänomen in der Formel »sandpiles of opportunity« auf den Punkt gebracht:

44 Weber 1988 [1904]: 190.
45 Weber 1988 [1904]: 194.

Career ladders in the art world are not so much ladders as they are sandpiles. The movement of actors within the field changes the shape of the field. Movements affect not only the status of people directly tied to the vacancy chain created by one job change but also the entire network of indirectly tied actors […]. This is true both in social space and across time. Histories of past associations continue to reverberate in actors' present-day status.[46]

Die Arbeitsteilung zwischen entdeckenden und konsekrierenden Galerien ist sowohl für Paris in den 1920er Jahren als auch für New York in der Nachkriegszeit (für die Rezeption des Abstrakten Expressionismus) dokumentiert. Fabien Accominotti weist in seinem Beitrag zu Paris darauf hin, dass die *gatekeeper* wesentlich mehr Künstler als mächtigere Galerien zeigen, jedoch viele nur genau einmal.[47] Marcia Bystryn, die zu New York gearbeitet hat, unterscheidet zwischen auf die Künstler (»artist-oriented«) und auf den Markt (»market-oriented«) fokussierenden Galerien: »Type one is characterized by its fostering of invention, allocation of symbolic rewards to the artist, personal ties with the artist, cultural goals, personnel who are artists themselves, and close connections with the artistic community. Type two is more involved with innovation than invention, rational economic goals, allocation of monetary rewards to the artist, business personnel, and close ties with the institutionalized art market.«[48] Innovation besteht gemäß diesem Verständnis aus zwei Schritten: erstens aus der »Erfindung« als Hervorbringung bzw. In-die-Welt-Setzen von Neuem – in der Schumpeter'schen Terminologie: einer »neuen Kombination« – und zweitens aus der »Innovation« als Einführung bzw. In-den-Gebrauch-Bringen besagter »Erfindung«. Nur Letzteres entspricht der Durchsetzung einer neuen Kombination, d. h. dem unternehmerischen Handeln im Schumpeter'schen Sinn.

Eine Variante beruflicher Bewährung besteht in der Transformation vom *gatekeeper* zur konsekrierenden Agentur. Dabei besteht für einen Galeristen die nicht zu überbietende Leistung darin, dass dieser Verlauf mit der Entdeckung von Künstlern begonnen hat, die diesen Aufstieg, d. h. die Akkumulierung symbolischen Kapitals, parallel im Rahmen des andauernden Arbeitsbündnisses gleichermaßen vollziehen. Diese Transformation beschreibt ein New Yorker Galerist bildhaft: »There wasn't a dealer on the planet that wanted to work with her when I started working with her. Now,

46 Giuffre 1999: 829.

47 Accominotti 2008: 207–209.

48 Bystryn 1978: 240. Vgl. auch ebd.: 239f., 247f. sowie Robson 1995: 80–134 für eine Anwendung dieser Typisierung.

there's a queue at the door« (Interview Stanley Lowell, 2010). Die Transformation wird aber auch beiläufig in einer Reportage über einen der mächtigsten Galeristen der Gegenwart, den Deutschen David Zwirner, referiert, der 1993 in New York begann und unterdessen in London (seit 2012) sowie Hongkong (seit 2018) weitere Niederlassungen unterhält: »In the beginning, Zwirner's program was fairly radical and rigorous, with a roster of under-recognized, experimental artists […]. His gallery was a lean operation […]. As he grew, he took on artists from other galleries and brought in some rising stars from Europe […].«[49] Einem Gedankenbild (Weber) ähnlich kondensiert die Passage diese Transformation auf wesentliche Positionierungen, die eine Galerie in der Regel auch im Zentrum des Feldes vollziehen muss, will sie von einer relativ peripheren zu einer zentralen, dominierenden Position gelangen: vom anfangs aus noch nicht etablierten Positionen bestehendem Programm, verbunden mit bescheidenen finanziellen und personellen Ressourcen, zur Expansion durch die Rekrutierung bereits arrivierter Künstler bei anderen Galerien, einschließlich jenseits des Atlantiks.

Eine berufliche Bewährung kann aber umgekehrt auch genau dann vorliegen, wenn Künstler einer Programmgalerie regelmäßig von anderen Galerien, die substanziellere materielle und symbolische Gewinne und komfortablere Arbeitsbedingungen verheißen, abgeworben werden. Für diesen Typus des *gatekeeper* steht eine New Yorker Galerie, deren Betreiber die arbeitsteilige Funktionsweise anschaulich beschreibt:

> We kind of launched a lot of artists here, artists that were not represented or had never been seen before. In the beginning we were able to kind of create these, well, helped the artists really establish themselves internationally. But almost as soon as that happens, other galleries get involved, and it's not easy to keep these artists. There's a logic there too, because, when artists get bigger and get a stronger reputation, and when they're more in demand and they want to produce more, they need more service. And we can't provide them with that. We just don't have the structure (Interview Emmett Cole, 2010).

Ein anderer Galerist mit einer ähnlichen Position stellt diese plausibel als die Konsequenz einer spezifischen Auffassung des Arbeitsbündnisses mit dem Künstler dar, die nur in einem kleinen Betrieb realisierbar ist (Interview Irina und Hans Bertschi, 2007). Die Auffassung verweist auf Bystryns Galerietypus, der auf den Künstler fokussiert, bzw. den von mir rekonstruierten

49 Paumgarten 2013: 44.

wahlverwandtschaftlichen Typus, den eine besonders direkte, nichtvermittelte Beziehung zum Künstler auszeichnet.

2.3.3 Objektive Hermeneutik und Fallrekonstruktion

Die Analyse der Interviewtranskripte orientierte sich zur Auswahl relevanter Sequenzen, deren Gruppierung, Kontextualisierung und Herstellung kausaler Zusammenhänge vornehmlich am Kodierverfahren der *Grounded Theory*, zur Interpretation der Textstellen an der sequenzanalytischen Methodologie der objektiven Hermeneutik.[50] Anhand der sequenzanalytischen Auswertung der Interviewtranskripte können Dispositionen und Deutungen, die sich dem Bewusstsein der interagierenden Subjekte weitgehend entziehen, rekonstruiert werden. Das Verfahren zielt darauf ab, »auf der Basis von nicht-standardisiert erhobenen, ›natürlichen‹ Protokollen, d. h. von vom Untersuchungsgegenstand selbst edierten Ausdrucksgestalten oder von vom Forscher aufgezeichneten unselegierten Protokollen, begründete Schlüsse über die Motivierung jeder einzelnen protokollierten Äußerung und im nächsten Schritt über den inneren fallspezifischen Zusammenhang dieser Motivierung zu ziehen«.[51] Statt inhaltsanalytisch das subjektiv Gemeinte zu paraphrasieren und unter vorab bestimmten Konzepten oder Kategorien zu subsumieren, sollen die in den »Ausdrucksgestalten« bzw. lebenspraktischen Äußerungen latent gegenwärtigen Dispositionen, Motivlagen und Wirklichkeitsdeutungen der Interviewees, die diesen nur beschränkt bewusst sind oder nicht explizit zur Sprache kommen, erschlossen werden.[52] Unter »objektiv« ist nicht ein spezifischer Objektivitätsgrad der Analyse zu verstehen, sondern die objektive Geltung der bedeutungserzeugenden Regeln von Sprache bzw. des Handelns, unter deren Regime jedes Individuum operiert. Die Sequenzanalyse geht von der Prämisse aus, dass »alle Erscheinungsformen von humaner Praxis durch Sequenziertheit strukturiert bzw. konstituiert« sind, genauer: dass »jegliches Handeln und seine kulturellen Objektivierungen qua Regelerzeugtheit soziales Handeln sind. […] Jedes scheinbare Einzel-Handeln ist sequentiell

---

50 Strauss/Corbin 1996: 43–55, 75–117; Garz/Raven 2015: 137–154; Strübing 2013: 118–124, 132–143; Oevermann 2000; Wernet 2006 [2000].

51 Oevermann 2000: 59.

52 Vgl. zum Unterschied zwischen inhaltsanalytischem bzw. subsumtionslogischem und rekonstruktionslogischem Vorgehen Oevermann 2000: 149.

im Sinne wohlgeformter, regelhafter Verknüpfung an ein vorausgehendes Handeln angeschlossen worden und eröffnet seinerseits einen Spielraum für wohlgeformte, regelgemäße Anschlüsse.«[53] Dies hat analytisch ungemein effektiv und produktiv zur Folge, dass die in einem Gesprächsprotokoll an einer beliebigen Sequenzstelle vom Interviewee (gemäß ihn kennzeichnenden »Auswahlprinzipien«) gemachten Entscheidungen jeweils systematisch im Lichte der gedankenexperimentell explizierten, an besagter Stelle (gemäß allgemeinen »Erzeugungsregeln«) objektiv eröffneten Anschlussmöglichkeiten – der »für die Lebenspraxis selbst latent gebliebenen Bedingungsverhältnisse«[54] also – interpretiert und so entsprechend scharf konturiert werden können.

Methodisch sichtbar gemacht werden mit der Sequenzanalyse demnach sowohl die latenten bzw. objektiven Möglichkeiten oder Bedeutungen bzw. Sinnstrukturen der in den Gesprächsprotokollen enthaltenen Ausdrucksgestalten als auch die jeweils eine realisierte Möglichkeit als der (nicht mit dem subjektiv Gemeinten zu verwechselnde) manifeste bzw. subjektive Sinn. Erst über den Umweg der an einer jeweiligen Stelle des Transkripts explizierten (objektiven) Optionen können letztlich die (individuellen) subjektiven Dispositionen, Motivierungen und Deutungen der Galeristinnen und Galeristen ermittelt werden. Dabei werden die bei der Analyse in Bezug auf eine Textstelle im Sinne von Hypothesen entwickelten »Lesarten« jeweils systematisch mit der nachfolgenden Sequenz konfrontiert und jene (also ihre Mehrheit) verworfen, die mit der realisierten Option nicht kompatibel bzw. durch diese falsifiziert worden sind. Die Entwicklung von Lesarten bzw. Hypothesen gilt analog für die Kontrastierung ganzer Interviewpassagen.[55] Die konkret vorgenommene Auswahl ist als eine Funktion der »Dispositionsfaktoren« (Habitus, Motivierungen, Bewusstseinsformationen, Weltanschauungen usw.) zu betrachten. Aus deren Zusammenspiel resultiert die »Fallstruktur« einer Lebenspraxis (einer Person oder eines Kollektivs), die sich gemäß einer eigenen »Fallstrukturgesetzlichkeit« entfaltet, »die sich im lebensgeschichtlichen Vollzug von Entscheidungen und in der Übernahme von tradierten Entscheidungsroutinen gebildet

53 Oevermann 2000: 64. Oevermann (1999: 300) definiert »Sequentialität« auch als »durch Regeln erzeugte sinnlogische Folge«. Vgl. auch Oevermann 2000: 66–68, 75f.

54 Oevermann 2000: 90.

55 Vgl. Oevermann 2000: 100–106.

hat«.[56] Die Fallstrukturgesetzlichkeit »ist nichts anderes als die Explikation der Systematik und Regelmäßigkeit, mit der die immer wieder erkennbare konkrete Fallstruktur sich sequentiell reproduktiv entfaltet und von der die mögliche Transformation ihren Ausgang nimmt«.[57]

56 Oevermann 2000: 69; Oevermann 1995: 42.
57 Oevermann 2000: 119.

3. Das Feld der Gegenwartskunst

3.1 Konfigurationen des Kunsthandels

Die Galerie spielt seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert eine Schlüsselrolle im Feld der Kunst. Als Programmgalerie, die sich der zeitgenössischen Produktion verschreibt, partizipiert sie maßgeblich an der Bestimmung dessen, was als Kunst wahrgenommen wird und folglich als solche gilt. Die Rezeption neuer künstlerischer Positionen – angefangen beim Impressionismus über die klassische Moderne und die Avantgarden bis zu den seit den 1970er Jahren dominierenden Positionen – sowie deren kunsthistorische Einbettung und Kanonisierung waren und sind ohne die Förderung und Vermittlung durch Galerien kaum denkbar. Die französische Kunstsoziologin Raymonde Moulin hat den Galeristen als »clef de voûte«[58] des Kunstbetriebs des 20. Jahrhunderts bezeichnet. Die beiden amerikanischen Pioniere der soziologischen Erforschung des Kunstfeldes, Cynthia und Harrison White, sehen den Galeristen gar als eigentlichen Urheber des modernen Kunstsystems.[59] Die »Innovationsverpflichtung«[60] von Gegenwartskunst ist ein wesentliches Merkmal, das die Programmgalerie von einem älteren Typus Kunsthandlung unterscheidet: dem Kunsthandel im engeren Sinn bzw. reinen Kunsthandel, der sich auf die ökonomische Verwertung von Kunstwerken konzentriert und weder das mit der Investition in nicht etablierte Positionen einhergehende Risiko eingeht noch dem Druck ausgesetzt ist, der kulturellen Öffentlichkeit immerfort neue, »zeitgenössische« Werke zu zeigen. Die Begriffe »Galerie« und »Programmgalerie« werden im Folgenden synonym verwendet. Unter Programm ist nicht eine explizite inhaltliche Setzung zu verstehen (von der Galerie artikuliert oder – unter Umständen retrospektiv – von außen zugeschrieben), die mehrere Künstler unter einem Etikett als »Bewe-

58 Schlussstein im Scheitel eines Bogens oder Gewölbes; Moulin 1992: 46.
59 White/White 1993 [1965].
60 Oevermann 1997: 85.

gung« oder »Richtung« mit einer Galerie assoziiert. Vielmehr soll unter »Programm« im weiteren Sinn eine längerfristige und exklusive Zusammenarbeit zwischen einer Galerie und einer Reihe von Künstlern verstanden werden, die nicht notwendigerweise einem gemeinsamen programmatischen Ansatz verpflichtet sein müssen.

3.1.1 Vom »marchand-négociant« zum »marchand-entrepreneur«

Die Galerie ist ein Produkt des Autonomisierungsprozesses des Kunstfeldes. In dessen Verlauf transformierte sich die Beziehung zwischen Künstler und Sammler von einem asymmetrischen Auftragsverhältnis zu einem kontingenten Verhältnis zwischen zwei a priori nicht gebundenen Akteuren eines Marktes.[61] Der Galerist »in seiner Gleichzeitigkeit als Waren- und Kunstvermittler« trat im Verlauf des 19. Jahrhunderts zu einem Zeitpunkt in Erscheinung, als sich »in der gesellschaftlichen Entwicklung die Kunstproduktion als eigenständig ausdifferenziert« hatte und das Kunstwerk »als geistiges Gebilde autonom« geworden war.[62] Ulrich Oevermann weist darauf hin, »dass die Notwendigkeit der Vermarktung eine hinzunehmende Folge der Autonomisierung der Kunst als geistesaristokratischer Erkenntnisleistung« ist.[63] Die Anfänge des modernen Kunsthandels können am Übergang des Mittelalters zur Neuzeit verortet werden, als eine Autonomisierung der Kunst einsetzte, die langfristig zur Formierung eines autonomen künstlerischen Feldes führte.[64] Noch im europäischen Mittelalter waren die meisten Werke, die ab dem 19. Jahrhundert von der Kunstgeschichte validiert werden sollten, in rituelle Kontexte integriert, »die ihnen ihre Bedeutung zuwiesen und die Art ihrer Wahrnehmung bestimmten«.[65] Als Auftragsarbeiten, die kaum auf Intermediäre angewiesen waren, hatten sie oft weder einen Titel noch eine Signatur. Die »Lösung des Bildes von einer lokalen Aura«,[66] die Säkularisierung der Sujets, die Repräsentationsfunktion von Kunst für die aufstrebenden bürgerlichen Schichten sowie die Ausbildung der Vorstellung vom Künstler als eines mit individuellen spezifischen Tugenden ausgestat-

61 Vgl. Bourdieu 2001: 95–98; Ruppert 1998: 74–80.
62 Oevermann 1997: 78.
63 Oevermann 1997: 81.
64 Thurn 1994: 26–28; Müller-Jentsch 2013: 543–547; Wagner 2014 [2008]: 146–190.
65 Ullrich 2010: 101.
66 Warnke 1996 [1985]: 106.

teten Menschen während der Renaissance trugen zur Autonomisierung des Kunstwerks bei. Der erfolgreiche Maler oder Bildhauer – nun nicht mehr anonymer Meister bzw. Kunsthandwerker (*artes mechanicae*), sondern zeichnender gelehrter Künstler (*artes liberales*) – trat als Individuum und identifizierbarer Produzent hervor. Für den Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich hatten Künstlername, Titel und Preis »den Verlust zu kompensieren, der dadurch entstand, dass die Werke sich in keinem klar definierten situativen Gefüge mehr befanden, also nicht mehr Teil eines Gottesdienstes oder einer höfischen Machtinszenierung waren«.[67] Diese »Freisetzung« machte die Bewertung von Kunst nicht nur inhaltlich schwieriger: »Zwischen Künstlern und Käufern ist eine Lücke entstanden, die definitorisch, im Hinblick auf den Sinngehalt und die Anschauungsleistung der Kunst, wie auch merkantil, bezüglich ihrer Wirtschaftsbedeutung und Markttauglichkeit, geschlossen werden muss.«[68]

Dieses interpretatorisch und merkantil aufzufüllende Vakuum und die wachsende wirtschaftliche Bedeutung des Kunstmarktes begünstigten langfristig die Emergenz eines neuen Akteurs, des spezialisierten Kunsthändlers. Der bürgerliche Typus,[69] der oft eine künstlerische oder kunstnahe Ausbildung absolviert hatte, prägte sich zunächst in den Städten Flanderns und Hollands des 15. und 16. Jahrhunderts aus, wo die soziale Mobilität größer als in Norditalien war und das Marktgeschehen sich von der kirchlichen Bevormundung zu emanzipieren begann. Durchgesetzt hat er sich vermutlich erst im 17. Jahrhundert. In Frankreich war es den Mitgliedern der königlichen Akademie untersagt, Handel zu treiben.[70] Das vormals zünftige Privileg der Maler, mit den eigenen Werken zu handeln, bestand im 18. Jahrhundert nicht mehr, und es waren unter anderem gescheiterte Künstler, die begannen, die Bilder anderer zum Kauf anzubieten.[71] Die großen Händler kamen allerdings aus dem internationalen Geschäft mit Gemälden und Luxusgütern, dessen Zentrum im 17. Jahrhundert Amsterdam war. Anfangs private Agenten einzelner Sammler wurden sie zu wichtigen Mittelsmännern im Liquidationsprozess von Sammlungen des südeuropäischen Adels. Im Zuge des Abstiegs alter Adelsgeschlechter und der Zunahme der *noblesse de robe*

67 Ullrich 2010: 101. Vgl. zum Künstler als Gelehrter im 15. und 16. Jahrhundert Roeck 2013.
68 Thurn 1994: 28.
69 Thurn 1994: 41–57; North 2001 [1992]: 89–94.
70 White/White 1993 [1965]: 8–10; Müller-Jentsch 2013: 544f.
71 Vgl. z. B. Edwards 1996.

bürgerlicher Herkunft im *Ancien Régime* spielten Kunsthändler bei privaten Transaktionen eine wesentliche Rolle. Schließlich eröffnete der Niedergang des zünftigen Systems auch die Möglichkeit, Gegenwartskunst anzubieten – insbesondere für das aufstrebende Bürgertum erschwingliche Staffeleibilder. Der Verkaufskatalog kam auf, und ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts waren es Kunsthändler, die bei Versteigerungen prestigeträchtiger Sammlungen die großen Ankäufe tätigten. Der deutsche Begriff des Kunsthändlers wurde zu dieser Zeit noch weit gefasst. In Johann Heinrich Zedlers *Universal-Lexicon* findet sich 1737 erstmals der Versuch einer differenzierten Beschreibung von Beruf und Warenangebot; sie nennt die Spezialisierung auf Seltenheitsgüter, die Versorgung des Kenners und das kaufmännische Fachwissen.[72]

Die Position des Galeristen erweitert die Dyade Künstler–Mäzen bzw. Auftraggeber zur Triade, da seine Mittlerfunktion auf Deutungsleistungen beruht, die der wesentlich ältere, ausschließlich Waren vermittelnde Typus des Kunsthändlers nicht erbringt. Mit Kunstwerken handelnde Kaufleute, die sich gelegentlich als Kunstagenten betätigten, lassen sich wie erwähnt bis in das 15. Jahrhundert zurückverfolgen.[73] Aus dem 16. Jahrhundert ist ein wachsendes Misstrauen von Künstlern – wie Vasari, Tizian oder Bernini, dem zufolge der Handel das künstlerische Urteil verdirbt – gegenüber der kaufmännischen Vermittlertätigkeit bezeugt. Abgesehen von den angezweifelten fachlichen Kompetenzen erregten vor allem die hohen Gewinne der Händler Anstoß, die in ihren Geschäftsverkehr mit den europäischen Höfen auch Kunstwerke einzubeziehen begannen. Im Kern finden sich hier bereits der »strukturelle Argwohn« und »strukturelle Reputationszweifel«,[74] mit denen der Galerist im Kunstfeld konfrontiert ist. Das Misstrauen artikuliert selbst ein Soziologe – Pierre Bourdieu – nahezu ungebrochen:

> Der Erfolg seines Unternehmens ist nur gewährleistet durch die Kaschierung von dessen Wahrheitsgehalt, das heißt der Ausbeutung, mittels eines fortwährenden Doppelspiels zwischen Kunst und Geld. Dieses Doppelwesen, ›Mischung von Geschäftstüchtigkeit und Harmlosigkeit‹, von berechnendem Geiz und Verrücktheit […], das heißt von Extravaganz und Generosität so gut wie von Schamlosigkeit und Unschicklichkeit, kann die Vorteile der beiden gegensätzlichen Logiken, die der in-

72 Thurn 1994: 83f.
73 Warnke 1996 [1985]: 106–109.
74 Oevermann 1997: 79.

teresselosen Kunst, in der allein symbolische Gewinne zählen, und die des Geschäftes, in sich […] vereinen […].[75]

Zum Galeristen wird der Kunsthändler, indem er durch Ausstellungen, die er regelmäßig in seinen Räumlichkeiten ausrichtet, an einer kulturellen Öffentlichkeit partizipiert.[76] Hans Peter Thurn sieht die Galerie deshalb in der Nachfolge des bürgerlichen Salons.[77] Die moderne Galerie als Typus definiert sich durch ihre Funktion der Sichtbarmachung und Vermittlung des Neuen. Konstitutiv für Berufsethos und berufliches Selbstverständnis dieses »marchand-entrepreneur« (»Unternehmer-Händler«, Moulin) oder »dealer-patron« (»Mäzen-Händler«, White und White) ist daher die scharfe Abgrenzung vom historischen Vorläufer (und Konkurrenten am Sekundärmarkt): dem Kunsthändler als »Bilderhändler« bzw. »marchand-négociant« (»Kaufmann-Händler«, Moulin), der ein beliebiges Sortiment anbieten kann, sich nicht auf Arbeitsbündnisse mit Künstlern einzulassen braucht und folglich im Ruf steht, alleine von kommerziellem Kalkül geleitet zu sein.[78] Der Sprachgebrauch unter den Galeristen variiert zwar, doch werden die Begriffe Kunsthändler und »marchand d'art« stärker als »art dealer« mit dem reinen Handel bzw. Sekundärmarkt assoziiert. »Galeriste« löste im Französischen in den 1970er Jahren »marchand d'art« ab.[79] *Art dealer* bleibt im Englischen sehr gebräuchlich; »gallerist« tauchte zwar bereits in den 1960er Jahren als Lehnwort auf, war jedoch vor 1980 kaum in Umlauf und wurde in den USA noch vor wenigen Jahren als Neologismus und Übernahme eines kontinentaleuropäischen Konzepts wahrgenommen. In einem mit »Old Business, New Name: Behold the Gallerist« betitelten Beitrag der *New York Times* vom 24. Dezember 2005 mokiert sich der Präsident der Art Dealers Association of America: »Frankly, I'm not acquainted with it. I hope anyone calling himself a gallerist has a medical degree.« Doch auch im Englischen wird das Wort im Sinne der Abgrenzung von der rein warenförmigen Vermittlung (Sekundärmarkt) verwendet, d. h. mit der gleichzeitig inhaltlichen und warenförmigen Vermittlung (Primärmarkt) assoziiert. Hannes Loichinger führt die seit den späten 1980er Jahren deutlich häufigere Verwendung von »gallerist« auf die Ökonomisierung des Kunstfeldes zurück und damit auf den

75 Bourdieu 2001: 27.
76 Oevermann 1997: 82.
77 Thurn 1994: 124.
78 Moulin 1992: 46; White/White 1993 [1965]; Alemann 1997: 217–219.
79 Heinich 2014: 202.

Bedarf nach einem Wort, das Distanz zur Kommodifizierung suggeriert.[80] In sieben der 13 für diese Studie englisch geführten Interviews verwenden die Interviewees neben »(art) dealer« auch »gallerist«, allerdings bloß zwei amerikanische Galeristinnen explizit, um sich dadurch von den Konnotationen von »dealer« zu distanzieren.

An der Schnittstelle von Kunst- und ökonomischem Feld verkörpert der Galerist eine verstetigte Variante von Unternehmertum, das der Ökonom Joseph Schumpeter in seiner *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (1926) als die Funktion der »Durchsetzung neuer Kombinationen« definiert, die verschiedene Formen annehmen kann, unter anderem auch jene der »Herstellung eines neuen […] Gutes«.[81] White und White weisen im Zusammenhang mit der Transformation vom Bilderhändler zum Galeristen nicht nur auf die spekulative Leistung von letzterem hin, sondern insistieren auch auf seiner neuen Funktion als Mäzen und Förderer jener Künstler, mit denen er ein Arbeitsbündnis eingeht. Sie erfassen damit einen wesentlichen Aspekt der Berufspraxis des Galeristen – das Arbeitsbündnis –, den Moulins Etikett nicht einschließt. Dabei stellen sie einen plausiblen Zusammenhang zwischen riskantem Unternehmertum und Arbeitsbündnis her: »The speculative motive reinforced the concern of the dealer with the total career of the painter.«[82] Der Titel ihrer Monografie, *Canvases and Careers*, bringt die Verlagerung des Fokus vom einzelnen Bild zum Künstler prägnant auf den Punkt. Der »marchand-négociant« handelt mit Werken bereits etablierter, meistens schon verstorbener Künstler und spezialisiert sich häufig auf bestimmte Epochen, Stile und Provenienzen. Zu dieser Kategorie sind grundsätzlich auch Händler zu rechnen, die zwar seit den 1960er Jahren entstandene »zeitgenössische« Kunst oder gar Werke lebender Künstler vermitteln, jedoch ausschließlich im Sekundärmarkt operieren, d. h. Händler, die jeweils erst nach der ersten Transaktion zwischen Galerie und Sammler ins Spiel kommen und deren Vermittlungs- und Verwertungspraxis sich der Kontrolle des Künstlers und des ihn vertretenden Galeristen entzieht. Unter Sekundärmarkt sind demnach sämtliche Transaktionen zu verstehen, die auf den über die Galerie abgewickelten Erstverkauf eines Kunstwerks folgen. Im Sekundärmarkt beschleunigt sich die Zirkulation der Werke, die Differenz zwischen ursprünglichem und neuem Verkaufspreis vergrößert sich, und die »marchands-entrepreneurs« werden von den »marchands-négociants« abge-

80 Loichinger 2014: 77.

81 Schumpeter 1952 [1926]: 100f.

82 White/White 1993 [1965]: 99.

löst, die das doppelte unternehmerische (symbolische und ökonomische) Risiko minimieren.[83]

Trotz – oder gerade wegen – der riskanten Innovationsverpflichtung ist der Galerist in der Regel auf Operationen im Sekundärmarkt angewiesen, zu deren Umfang aufgrund der diskreten Abwicklung solcher Transaktionen keine verlässlichen Daten existieren. Eine veröffentlichte Schätzung des schweizerischen Galerienverbandes liegt bei 30 bis 40 Prozent des Umsatzes; New Yorker Galeristen schätzten deren Anteil auf 25 bis 60 Prozent der Transaktionen.[84] Der Sekundärmarkt ist für Galeristen auch deshalb relevant, weil im Kunstmarkt einzelne Preise die Bewertung eines Künstlers ausgesprochen stark beeinflussen können. Um das Preisniveau zu halten und im besten Fall dessen langfristigen Anstieg zu bewirken, liegt es im Interesse von Künstler, Galerie und Sammler im Besitz der Werke, das Angebot einzuschränken und korrigierend zu intervenieren, wenn ein schlechtes Auktionsergebnis den ökonomischen – und, wie noch zu sehen sein wird, symbolischen – Wert eines Werks zu gefährden droht. Eine Galerie, die den Markt mitkontrolliere, gebe etablierten Künstlern Sicherheit, erläutert eine Galeristin. So könnten Stützungskäufe getätigt werden, wenn auf Auktionen plötzlich zu viele Arbeiten durchfielen (Interview Marie Feldmann, 2007).

3.1.2 Vom akademischen System zum Händler-Kritiker-System

Voraussetzung für die Ausbildung eines relativ autonomen Kunstfeldes in Frankreich war nicht zuletzt der Zerfall des seit dem 17. Jahrhundert bestehenden »akademischen Systems«, dessen Deutungshoheit vom »Händler-Kritiker-System« untergraben wurde.[85] Die 1648 nach italienischen Vorbildern gegründete *Académie royale de peinture et de sculpture* (bis 1793) und ab 1816 ihre Nachfolgeinstitution, die *Académie de peinture et de sculpture*, bestimmten formale Kriterien, erstellten eine Hierarchie der zu behandelnden Sujets und sprachen dem Künstler – in Abgrenzung zum Kunsthandwerker – den Status eines Gelehrten zu. Als zunächst sittliche Konformität und später künstlerische Meriten bewertendes Kontrollinstrument fungierte der

83 Moulin 1992: 56–60.

84 Furer 2004 (der Rechtsanwalt war bis 2011 Geschäftsführer des schweizerischen Galerienverbandes); Velthuis 2007: 36 (zum Sekundärmarkt in der Galerie ebd., 35–37, 41f.).

85 White/White 1993 [1965]: 76–110.

ab dem 19. Jahrhundert meistens jährlich oder biennal stattfindende Salon.[86] In Anbetracht des Aufstiegs von Paris zur Kunstmetropole war die großangelegte selektive Gruppenschau das wichtigste Ereignis im sich formierenden Kunstfeld. Indizien für die seinerzeit zentrale Position der Stadt sind die Konzentration von Händlern mit internationaler Kundschaft, die internationale Rekrutierung von Studierenden, die vergleichsweise teure französische Gegenwartskunst und die wegbereitende Rolle der französischen Publizistik seit dem 18. Jahrhundert für die Ausbildung von Sprache und Kriterien der Kunstkritik.[87] Frankreich unterhielt zudem das umfassendste staatliche Kunstförderungsprogramm. Dennoch und trotz vereinzelter öffentlicher Aufträge bedeuteten die begehrten staatlichen Auszeichnungen und Stipendien vornehmlich symbolisches Kapital und Publizität; selbst die erfolgreichen Künstler waren in erster Linie auf private Kundschaft und Mäzene angewiesen. Das rigide Curriculum der *Ecole des beaux-arts* verlieh der Malerei das Antlitz eines ehrbaren bürgerlichen Berufs und bewirkte bei den Ausbildungsstätten einen entsprechenden Andrang. Die Zunahme der Schüler insbesondere in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts überforderte die *Ecole* und akkreditierte Ateliers zusehends, erlaubte bloß noch eine kursorische Unterweisung und begünstigte Eröffnungen informeller Schulen. Das »bürokratische und monopolistische System« wurde Opfer des eigenen Erfolgs: Der Salon funktionierte zwar als staatliches Rekrutierungsorgan, förderte jedoch keine Künstlerlaufbahnen. Angesichts seiner Legitimationsmacht, die einem Monopol nahekam, war eine Zurückweisung nicht nur symbolisch, sondern auch ökonomisch desaströs.[88]

Den Anfang des Niedergangs des akademischen Systems datieren White und White auf 1863, als am Rande des regulären Salons die erste Ausgabe einer Parallelausstellung stattfand. Der ebenfalls staatlich finanzierte *Salon des refusés* trug dem Protest von Künstlern Rechnung, deren Eingaben – unter anderem Edouard Manets Bild »Le déjeuner sur l'herbe«, das viele Zeitgenossen schockierte – von der Jury in ungewöhnlich großer Zahl zurückgewiesen worden waren (das Konzept der nonkonformistischen Gegenveranstaltung

86 White/White 1993 [1965]: 27–33.

87 Vgl. Müller-Jentsch 2013; Wuggenig 2012a: 364–369 zur Genese der Kunstkritik. In Bezug auf die Ausbildung der intermediären Akteure und Institutionen insbesondere des modernen Kunstmarktes, namentlich der Galerie, relativieren – durchweg britische Beiträge – die exklusive Position von Paris mittlerweile und betonen dafür die Rolle Londons. Vgl. z. B. Jensen 1994; Bayer/Page 2011; Fletcher/Helmreich 2012.

88 Wuggenig 2016: 485.

nutzten die Impressionisten dann 1874 bis 1886 für ihre Gruppenschauen). Aus zeitgenössischer Sicht handelte es sich dabei hauptsächlich um einen Streit um Legitimität und Status der populären Genre- (Stillleben, Portraits) und Landschaftsmalerei, deren Prestige der akademischen Doktrin zufolge viel kleiner war als die tendenziell großformatige Historienmalerei. Diese hatte sich auf die französische Geschichte, die griechisch-römische Mythologie oder den Orient zu beziehen oder religionsgeschichtliche Themen zu behandeln und wurde von kritischen Stimmen abschätzig als »art pompier« apostrophiert. Mit der »Pflicht, einer Sache zu dienen oder schlicht etwas zu bedeuten«, brachen die Impressionisten, die sich »jeder Hierarchie unter den Gegenständen und jeder didaktischen, moralischen oder politischen Funktion« von Kunst verweigerten und auf der »Neutralität des Sujets« bzw. dem »Primat der Form« beharrten.[89]

Für die Entfaltung des kapitalistischen Kunstmarktes und das Aufkommen der modernen Galerie genauso entscheidend wie die Durchsetzung neuer ästhetischer Konventionen und Werkformate, die weltanschaulich und praktisch besser in die bürgerlichen Haushalte passten, war jedoch auch eine quantitative Veränderung: »the river of canvases«[90] – die schiere Menge der nach 1850 produzierten Werke, die von den Sanktionierungsinstanzen des auf das einzelne Bild fokussierenden akademischen Systems nicht mehr bewältigt werden konnte. Galerien und die noch junge Kunstkritik, deren Einfluss im Zuge des insbesondere in den 1860er und 1870er Jahren expandierenden französischen Pressewesens immer größer wurde, setzten sich als Vermittlungs- und Distributionssystem durch. Sie waren in der Lage, den aufgrund der zunehmenden gesellschaftlichen Streuung der Kaufkraft wachsenden Markt zu bewältigen bzw. zu versorgen, und boten, indem sie den Künstler im Zusammenhang seiner gesamten Produktion sahen, eine rationale Alternative zur Unübersichtlichkeit, welche die Fixierung des Akademismus auf das einzelne Werk erzeugt hatte. Letzteres war für Galeristen und Kritiker auch deshalb nicht attraktiv, weil auf Basis eines Bildes kein Diskurs in Gang gesetzt werden konnte, der die Vermittlung an Sammler begünstigt hätte (waren es unter dem akademischen Regime noch Künstler, die formale Theorien entwarfen, so leistete dies jetzt die stark von Exponenten des literarischen Feldes geprägte Kunstkritik). Dies hatte langfristig auch zur Folge, dass Galerien Gruppenschauen aufgaben zugunsten von Ausstellun-

89 Bourdieu 2001: 220f., 469.
90 White/White 1993 [1965]: 88.

gen, die einem einzigen Künstler gewidmet waren. Exemplarisch für die von frühen Galerien verfolgte Strategie ist der Fall Paul Durand-Ruels, für viele der Prototyp des modernen Kunsthändlers, der zuerst Bilder der Schule von Barbizon und ab 1870 – während des deutsch-französischen Kriegs noch von seinem Londoner Exil aus – Werke einer ebenfalls Landschaftsmalerei produzierenden Gruppe um Manet anbot, die sich regelmäßig im Pariser Quartier des Batignolles traf und wenig später unter dem Etikett des Impressionismus bekannt wurde.

Die Galerie stellte ein alternatives Finanzierungssystem bereit, das dem Mäzenatentum und dem akademischen Stipendienwesen zwar funktional glich, jedoch ein reziprokes, existenzielles Abhängigkeitsverhältnis zwischen Künstler und Händler schuf, das neu war. Das Spekulieren des Kunsthändlers auf Profit hatte zur Folge, dass der Künstler von der Galerie entweder ein regelmäßiges »Gehalt« für in Aussicht gestellte neue Werke erhielt oder die Galerie seine Produktion in einem Umfang aufkaufte, der in etwa ein mittelständisches Einkommen generierte (letzteres war eine bereits in den Niederlanden des 17. Jahrhunderts bekannte Praxis)[91]. Das Monopol über die gesamte Produktion eines Künstlers anzustreben, war eine rationale Strategie zur Verringerung des spekulativen Risikos. Durand-Ruel betrieb dieses Modell dermaßen erfolgreich, dass es zur Vorlage für die moderne Galerie wurde. Auch die materiellen Aspirationen der Künstler können als Produkt des akademischen Künstlerbildes gedeutet werden: »Committed to a middle-class way of life by the whole ethos of the Academic system, he wanted above all a predictable income, the hallmark of the middle-class concept of a career.«[92] Verdichtet in der Figur des »ver-/unbekannten Genies« formulierte die Kunstkritik, die das Publikum nun weniger mit Deutungen des dargestellten Gegenstandes konfrontierte als vielmehr das Augenmerk auf Malstil und -methode richtete, parallel dazu eine aktualisierte Variante der akademischen Norm des »reinen«, gelehrten Malers. »The apparent alienation of the artist from society«, folgern White und White, »is really the appearance of a new social framework to provide for him.«[93] Der schwindende Einfluss staatlicher Organe hatte nicht nur eine Verschiebung der Deutungsmacht, sondern auch eine ökonomische Verlagerung zur Folge. Die Subsistenz erfolgreicher Künstler hing nun wesentlich von den Positionierungsleistun-

91 North 2001 [1992]: 90f.

92 White/White 1993 [1965]: 98. Vgl. zur Kunst als »bürgerlicher Beruf« Ruppert 1998: 144–154.

93 White/White 1993 [1965]: 95.

gen der sie fördernden, aus Galeristen, Kritikern und Sammlern bestehenden Allianzen ab. »Through dealer-patrons the free market was coagulated into a few competing nuclei, stable enough to serve as effective substitutes for government patronage.«[94] So vermuten White und White, dass erst die von Durand-Ruel gewährte finanzielle Unabhängigkeit von staatlicher Förderung es den Impressionisten erlaubte, in den Jahren 1871 bis 1873 den Salon zu ignorieren.

Vertreter der These, dass die Galerie für die Formierung des autonomen Kunstfeldes ausschlaggebend und Wegbereiterin der Moderne war, neigen dazu, die Bedeutung einzelner Akteure zu überhöhen. Der Soziologe Ulf Wuggenig weist darauf hin, dass es tatsächlich viel länger gedauert habe, bis das akademische Salon-Regime vom auf Einzelausstellungen konzentrierten Galerie-System abgelöst wurde. »Als Zwischenschritt etablierte sich in Paris vielmehr eine Vielzahl von Salons, bevor das staatlich kontrollierte System dem Kunstmarktsystem wich […]. [D]ie kommerzielle Galerie-Ausstellung, die einem einzelnen Künstler gewidmet war und zum dominanten Format des 20. Jahrhunderts werden sollte, [war] für junge oder unbekannte KünstlerInnen bis zum Ende des 19. Jahrhunderts keine Option. Durand-Ruel zeigte nur solche Impressionisten in Einzelausstellungen, deren Reputation bereits einigermaßen gesichert war.«[95] Der Kunsthistoriker Robert Fleck hält fest, dass die moderne, der Gegenwartskunst verpflichtete Programmgalerie auch noch im 20. Jahrhundert lange eine marginale Rolle spielte. Erst in den 1940er und 1950er Jahren sei sie zunächst mit der Kootz Gallery und dann mit der Leo Castelli Gallery von New York ausgehend als Typus hegemonial geworden. »Bis in die späten fünfziger Jahre«, so Fleck, »erfüllten die freien, meist von Künstlern organisierten Ausstellungen der ›Salons‹, die regelmäßig in Paris, aber auch in den sekundären Kunstzentren dieser Zeit stattfanden, die Funktion von Verkaufsstellen für die aktuelle, besonders für die junge Kunst. Arrivierte Künstler wurden dann vom Kunsthandel übernommen.«[96] Die Arbeit zu Paris bzw. Frankreich von Julie Verlaine erhärtet diesen Befund: Im Bereich der neuesten Gegenwartskunst verdrängte die Galerie nach dem Zweiten Weltkrieg die anderen Intermediäre (Salon, Museum) sukzessive und errang eine dauerhafte Monopolstellung.[97] Zwar kaufte Durand-Ruel

94 White/White 1993 [1965]: 128.

95 Wuggenig 2016: 494. Vgl. auch Jensen 1994: 49–62 sowie Galenson/Jensen 2007: 155–158, welche die Schlüsselrolle der Galerie rundweg infrage stellen.

96 Fleck 2013: 60.

97 Verlaine 2012: 537.

als einziger Händler in größeren Mengen impressionistische Werke, doch vorwiegend während zweier kurzer Phasen (1872/73 und in den frühen 1880er Jahren), die nicht mit der für die Positionierung der Impressionisten entscheidenden Zeit ihrer unabhängigen Ausstellungen koinzidierten (1874–1886). Außerdem scheinen während dieser Phase nur wenige Sammler impressionistische Werke durch die Vermittlung Durand-Ruels erworben zu haben; die meisten wandten sich direkt an die Künstler, worunter einige, nicht zuletzt solche aus vermögenden Verhältnissen wie Gustave Caillebotte, durchaus strategisch zu agieren wussten, indem sie selbst impressionistische Werke sammelten und Schenkungen an den Staat verfügten, d. h. die Einleitung der Konsekration wirksam mitbetrieben.[98]

Die Einbuße an Deutungsmacht, die das akademische System erlitt, und seine langfristige Verdrängung durch einen neuen Konsekrationsmechanismus, in dem Galeristen, Kritiker und Sammler (sowie schließlich auch Kuratoren) eine wichtige Rolle spielen, änderte offensichtlich nichts an der Präeminenz des (staatlichen) Museums als die anzupeilende, weihende und kanonisierende Instanz. Auch die impressionistische Revolution drängte es letztlich ins Museum. Für die Konsekration eines Künstlers war (und ist) letzten Endes nicht der Zuspruch privater Sammler ausschlaggebend: »Der Kampf um künstlerische Anerkennung und die Einschreibung in die Kunstgeschichte wird nicht im privaten, sondern im öffentlichen Bereich entschieden: im Museum.«[99] Die hierfür bzw. für die »Steigerung der relativen Autonomie des Feldes und die Lösung von der staatlichen Bevormundung«[100] entscheidenden Positionierungsleistungen erbrachten auch die impressionistischen Künstler selbst, von denen einige erhebliches soziales und ökonomisches Kapital mobilisieren konnten.

Ungeachtet des konkreten Anteils der verschiedenen Akteur-Typen am tiefgreifenden Umbruch, welcher der modernen Kunst den Weg ebnen sollte – Wuggenig geht so weit, den Galeristen eine größere Bedeutung in der Entwicklung der Absatzmärkte abzusprechen[101] –, schuf die Erosion des staatlichen Monopols »auf die legitime Definition der Kunst und des Künstlers« im Verlauf des 19. Jahrhunderts eine nicht gekannte Kontingenz und Volatilität: des Wertes eines Kunstwerks und (in geringerem Maße) der Normen, die dessen Bewertung bestimmen: »Mit der Entwicklung eines Feldes

98 Wuggenig 2016: 498.
99 Wuggenig 2016: 497.
100 Wuggenig 2016: 502.
101 Wuggenig 2016: 498f.

von Institutionen, die miteinander um die künstlerische Legitimität konkurrieren, ergab sich eine institutionalisierte Anomie, welche noch die Möglichkeit eines letztinstanzlichen Urteils beseitigte und die Künstler einem endlosen Kampf um eine Konsekrationsmacht auslieferte […].«[102] Dafür, dass die konkreten Symptome der Innovationsverpflichtung gleichwohl wieder als Regeln aufgefasst bzw. als »zeitgenössisches Paradigma« expliziert werden können, steht die Kritik am Anomie-Begriff von Nathalie Heinich.[103] Sie ändert allerdings wenig daran, dass diese Regeln kaum als »letztinstanzliches Urteil« fixierbar sind. Die Entstehung des modernen, von staatlicher Aufsicht weitgehend freien Kunstmarktes kann ferner als eine funktionale Spezialisierung oder Arbeitsteilung beschrieben werden, die sich nicht zuletzt in der »Verberuflichung« vieler Akteure manifestierte, die selbst keine Kunstwerke produzieren, deren Existenz im Kunstfeld jedoch von der Durchsetzung neuer Kombinationen (Schumpeter) abhängt.[104] Dieses Auftreten neuer Rezeptions- und Vermittlungsinstitutionen koinzidierte nicht nur mit der Freisetzung von Rollen, die zuvor im akademischen System konzentriert waren – Ausbildung, Selektion, Mäzenatentum, Theoriebildung und Kritik (Publizistik) –; sie veränderte die Produktion von Kunst grundlegend: »Dass sich die Arbeit der symbolischen Produktion nicht auf den vom Künstler vollzogenen materiellen Herstellungsakt reduzieren lässt, ist sicher nie klarer als heutzutage offenbar geworden. Die künstlerische Arbeit in ihrer neuen Definition macht die Künstler stärker als je zuvor abhängig von einem ganzen Gefolge von Kommentaren und Kommentatoren, die kraft ihrer Reflexion […] direkt zur Produktion des Kunstwerks beitragen.«[105]

3.2 Umgekehrte Ökonomie

3.2.1 Strukturierungen des Kunstfeldes

Mit der Programmgalerie nimmt diese Studie ein Segment des Kunstfeldes in den Blick, und zwar die Gegenwartskunst, die daran gemessen wird, ob sie Neues schafft. In Anlehnung an Bourdieu ist unter einem Feld eine

102 Bourdieu 2001: 364.
103 Heinich 2014: 73, 89–113.
104 Alemann 1997: 213.
105 Bourdieu 2001: 275.

»Struktur objektiver Beziehungen« zu verstehen, ein »Raum der Möglichkeiten, als System unterschiedlicher Positionierungen, in Bezug auf den jeder sich zu definieren hat«.[106] Der Feldbegriff lässt sich an den Ausschnitt oder die Dimension des sozialen Feldes anpassen, die, analytisch isoliert, im Zentrum des Interesses stehen. So ist das Kunstfeld ein Sektor des umfassenderen Feldes der kulturellen Produktion (zu dem unter anderem auch das literarische oder das Feld der Musik zählen) und überschneidet sich unter anderem sowohl mit dem ökonomischen Feld (warenförmige Vermittlung) als auch mit dem Feld der Wissenschaft (Weihe, Kanonisierung, Authentifizierung). Das Kunstfeld hat sich zu einem immer komplexeren und dynamischeren Beziehungsgeflecht entwickelt. Nicht nur die Rezeption, sondern auch die Produktion von Kunst hängt von einer zunehmenden Zahl Akteuren und Instanzen ab, d.h. auch der »Diskurs über das Kunstwerk« ist an der »Produktion des Werks, seines Sinns und seines Werts«[107] beteiligt. Als »Feld der Positionierungen« ist das Kunstfeld grundsätzlich stets auch ein »Feld von Auseinandersetzungen«, in dem Akteure um Positionen – d.h. um »Konsekrations- und Legitimationsmacht« – ringen.[108] Dies trifft ganz besonders auf den unter dem Druck der Innovationsverpflichtung instabilen Bereich der Gegenwartskunst zu, der sich qua Positionierungsleistungen seiner Akteure erst konstituiert. Der dem Feldkonzept eingeschriebene Sinn für Machtallokation und -konstellationen unterscheidet dieses wesentlich vom »Kunst-Welt«-Ansatz Howard Beckers, der das kollektive Wesen der künstlerischen Produktion hervorhebt und unterstellt, dass die an der Schaffung, Vermittlung und Rezeption von Kunst beteiligten Akteure mehr oder weniger gleich wichtig sind.[109] In dieser Optik wird der Künstler dezentriert, die Wirkung der verschiedenen Akteure in Bezug auf die Hervorbringung von Kunst nivelliert und werden jene Kräfte ausgeblendet, die den dem Feld inhärenten Veränderungen zugrunde liegen.

In seinem Autonomisierungsprozess hat sich das Kunstfeld zu einem »spiegelverkehrten Gegenbild der ökonomischen Welt«[110] formiert. Dieses ist in der feldspezifischen »illusio« begründet, wonach sich die Bedeutung bzw.

106 Bourdieu 2001: 291, 320. Vgl. zu den Implikationen der Feldmetapher bzw. -analogie für die Konstitution des Forschungsgegenstandes und zu den Spezifika der strukturalistischen Feldtheorie im Lichte konkurrierender Ansätze Zembylas 2006: 19f., 28–32, 37–40.

107 Bourdieu 2001: 276.

108 Bourdieu 2001: 256, 328, 88.

109 Becker 2008 [1982]; kritisch dazu Bourdieu 2001: 327f.

110 Bourdieu 2001: 342.

der symbolische Wert von Kunst nicht einfach durch eine Rechenoperation in einen ökonomischen Wert übersetzen lässt bzw. der symbolische (genuine, geistige) Wert a priori inkommensurabel ist. Innerhalb des Feldes der kulturellen Produktion hat sich der symbolische Wert im Kunstfeld am stärksten vom Warenwert des Artefakts gelöst. Das Primat des symbolischen Werts ist verknüpft mit der Vorstellung der Passion, die den Künstler um den Preis materieller Entbehrungen zu einer entsprechend kompromisslosen Produktion und zur Akkumulierung symbolischen Kapitals anstiftet und den Gedanken an ökonomische Gewinne höchstens als eine sich in ferner Zukunft erfüllende Fantasie zulässt – ganz im Gegensatz zur heteronom determinierten, standardisierenden Kulturproduktion, die den möglichst raschen Profit anpeilt: »[D]ie anti-›ökonomische‹ Ökonomie der reinen Kunst [privilegiert], auf der obligaten Anerkennung der Werte Uneigennützigkeit und Interesselosigkeit sowie der Verleugnung der ›Ökonomie‹ (des ›Kommerziellen‹) und des (kurzfristigen) ›ökonomischen‹ Profits basierend, die aus einer autonomen Geschichte erwachsene spezifische Produktion […].«[111] Die Selbstcharismatisierung des Künstlers und jener (Kuratoren, Galeristen, Kritiker), die für ihn Partei ergreifen, wird strukturell notwendig, da es nicht nur heroisch die Legitimität einer neuen Position zu affirmieren, sondern unter Umständen auch längere Perioden mit spärlicher Resonanz zu überdauern gilt. Zunehmende Autonomie bedeutet für die »reine Kunst« demnach, dass die Zeitspanne zwischen der Produktion von Kunst und ihrer Durchsetzung als legitime Position bzw. Validierung länger wird.[112]

Da prinzipiell von einer relativen Autonomie des Kunstfeldes auszugehen ist, müssen auf dieses bzw. in diesem auch heteronome Kräfte wirken – politischer oder ökonomischer Druck. Die auf Nachfrage, raschen Absatz und kurzfristigen Profit zielende Kunstproduktion ist gemäß dieser Perspektive per se heteronom, weil sie sich äußeren Kräften anpasst.

> Am heteronomsten Pol des Feldes […] ist der Erfolg als solcher eine Gütegarantie. […] Am entgegengesetzten Pol hat unmittelbarer Erfolg etwas Suspektes an sich: so als reduzierte er die symbolische Opfergabe eines Werkes, das keinen Preis hat, auf das *do ut des* eines kommerziellen Tauschhandels. Ihre Grundlage findet diese Sichtweise, die die Askese im Diesseits zur Voraussetzung des Heils im Jenseits macht, in der symbolischen Alchemie, der zufolge Investitionen sich nur auszahlen, wenn sie à fonds perdu vollzogen werden […]. Die einzige legitime Akkumulation […] besteht darin, sich einen Namen zu machen, einen bekannten und anerkannten Namen: ein

---

111 Bourdieu 2001: 228.
112 Bourdieu 2001: 135.

> Konsekrationskapital, das die Macht zur Konsekration von Objekten […] und von Personen […] beinhaltet, Macht also, Wert zu verleihen und aus dieser Operation Gewinn zu schlagen.[113]

Was Bourdieu als separierte Territorien mit gegensätzlichen Denk- und Handlungslogiken skizziert, lässt sich mindestens in Bezug auf die Gegenwartskunst adäquater als Spannungsverhältnis begreifen, dem sowohl die etablierten als auch die sie herausfordernden neuen Avantgarden unterworfen sind. So sah sich beispielsweise ein dereinst kanonisierter Neo-/Impressionist wie Camille Pissarro zeitweise aus rein ökonomischen Gründen genötigt, etliche Fächer zu bemalen, weil diese verhältnismäßig billig waren und eine größere Nachfrage dafür bestand.[114] Eine ganze Reihe weiterer alltagsweltlicher Deutungen und Wertsetzungen, die meistens ebenfalls die Form antithetischer Paare haben, eignen sich ebenso wenig zur Erklärung feldtypischer Erscheinungen, wie noch im Zusammenhang mit der Berufspraxis des Galeristen näher zu erläutern sein wird. Darunter fallen die Assoziation von »staatlich«, »öffentlich« und »institutionell« in Abgrenzung zu »privat« und »interessiert«. Auch die Gegenüberstellung von »kommerziell« und »kalkulierend« (auf reibungslosen Absatz zielend) einerseits sowie »authentisch« und kompromisslos andererseits ist analytisch wenig ergiebig.

Das Feld der Gegenwartskunst definiert sich wesentlich über die Etikettierungen »zeitgenössisch« und »international« (im feldspezifischen Verständnis gleichzusetzen mit »weltweit«) bzw. »global«, das »international« spätestens seit den 1990er Jahren abgelöst hat. Im engen Sinn »internationale« – in mehreren Ländern rezipierte oder mehrere Länder einbeziehende – Veranstaltungen oder Laufbahnen gelten in der Feld-Optik unterdessen als »regional«, sofern sie nicht mindestens eines der Zentren abdecken.[115] Für Werke und Urheber, die aus der Perspektive der sie jeweils im Rahmen eines Arbeitsbündnisses vermittelnden Galeristen Zeitgenossen waren und sind, soll im Folgenden ausschließlich der Begriff »Gegenwartskunst« verwendet werden. Obwohl er im Feuilleton und in den spezialisierten Medien geläufig ist, ist er dem Adjektiv »zeitgenössisch« vorzuziehen, weil sich dieses in den 1980er Jahren anstelle von »modern« als Periodisierungsbegriff für Kunst durchgesetzt hat, die seit etwa 1960 entsteht, und infolgedessen mittlerweile auch das Werk verstorbener Künstler einschließt – die

113 Bourdieu 2001: 238f.
114 White/White 1993 [1965]: 136.
115 Quemin 2008: 82.

nicht primär in den Zuständigkeitsbereich einer Programmgalerie fallen.[116] In Auktionskatalogen sind unterdessen die Begriffe »early contemporary« und »late contemporary« aufgetaucht. Der Kunsthistoriker Hans Belting konstatiert, dass »zeitgenössische Kunst« sich ihrem Selbstverständnis nach konträr zur Moderne positioniere: Indem die Moderne kunsthistorisch zu einer abgeschlossenen Epoche geronnen ist, wurde auch die damit verbundene Vorstellung einer fortschreitenden, von Avantgarden vorangetriebenen Entwicklung der Kunstgeschichte zu einem vergangenen, historischen Deutungsmuster, an dessen Stelle die Auffassung einer postmodernen Ära der Pluralität trat.[117] Das Kunstschaffen des beginnenden 21. Jahrhunderts beanspruche, so Belting, »globale Zeitgenossenschaft ohne Grenzen und ohne Geschichte«; die Agenturen dieser »Wende zur globalen Ära« in den 1990er Jahren seien die Biennalen, ihre »internationalen Agenten« die Kuratoren. Doch das Ende des modernen teleologischen Paradigmas, das der Kunstkritiker Peter Schjeldahl in der schönen Formel »The immense knowingness known as postmodernism erased the horizon of conceivable novelty«[118] verdichtet, hat an der Dynamik der Innovationsverpflichtung strukturell nichts verändert. So sehr sie auch mit Referenzen und Zitaten gesättigt oder »appropriiert« sein mag, hat sich Kunst, die Relevanz beansprucht und als »zeitgenössisch« rezipiert werden will, unverändert an den Kriterien des Neuen, Originären, Originellen und der »Authentizität« zu messen. Nach wie vor gilt im Feld die Pioniertat eines nachhaltigen Bruchs als die größte überhaupt zu erbringende Leistung. Insofern bleibt das von Bourdieu formulierte Modell des autonomen Kunstfeldes für die Darstellung von Positionen und Positionierungen hilfreich.

Idealtypisch situiert sich die Programmgalerie im »Subfeld der eingeschränkten Produktion«, das im Unterschied zu jenem der »Massenproduktion«, das ein breites Publikum versorgt, für einen »eingeschränkten Markt der Produzenten« bestimmt ist.[119] Das »Funktionsgesetz« dieses Feldes, aber auch das »Modell des Zugangs zur Existenz« im Feld, ist die ständige Veränderung (Bourdieu spricht von der »Logik der permanenten Revolution«).[120] Junge Positionen werden erst rezipiert, wenn sie als neuartig wahrgenommen werden. Gleichwohl kann nicht mehr von Revolution gesprochen werden,

116 Moulin 2003 [2000]: 39–41.
117 Belting 2010.
118 Schjeldahl 2012: 83.
119 Bourdieu 2001: 198, 344.
120 Bourdieu 2001: 202, 204. Vgl. auch Bourdieu 2011: 20–33.

da nicht mehr die Legitimität arrivierter oder kanonisierter Positionen auf dem Spiel steht, sondern in erster Linie die innovative Qualität einer jungen Position zu beweisen ist. Dabei stützen sich diese Avantgarden seit dem späten 19. Jahrhundert unverändert auf das »positive Vorurteil«, welches in der »Erinnerung an die ›Irrtümer‹« gründet, »denen die Wahrnehmung und Bewertung seitens der Kritiker wie des Publikums in der Vergangenheit erlagen«.[121] Doch neben einer anerkannten »zeitgenössischen« und innovativen Eigenschaft benötigt eine junge künstlerische Position mehr noch als zu Zeiten der sich gegen die Nationalismen des 19. Jahrhunderts wendenden »hegemonialen Moderne«[122] sehr rasch eine internationale Existenz. Erst die transnationale Mobilität von Künstler und Werk gewährleistet, dass diese überhaupt in den Blick vieler rezipierender Akteure des Feldes – nicht zuletzt der Galeristen – geraten. Es ist heutzutage der international tätige und wahrgenommene Künstler, der das zeitgenössische schöpferische Subjekt schlechthin verkörpert. Eine Galeristin stellt fest, der Trend sei, möglichst global zu sein; je weiter her der Künstler oder die Künstlerin komme, desto mehr gälte dies als Avantgarde (Interview Irina und Hans Bertschi, 2007). Die Soziologin Andrea Glauser spricht diesbezüglich von einem »zutiefst normativen Konzept«.[123] Moulin kommt deshalb zum Schluss, dass die räumliche die zeitliche Distanz als Bewertungsfaktor von Kunst ersetzt hat.[124] Der Norm der transnationalen Mobilität müssen analog auch die Gegenwartskunst vermittelnden Galerien genügen. Auch auf sie trifft zu, dass die internationale Präsenz ihres Programms die Voraussetzung von Rezeption und Reputation ist.

Trotz des bereits angedeuteten, der Kunst inhärenten Warencharakters gilt für die Gegenwartskunst, dass künstlerisches und ökonomisches Feld stärker ineinandergreifen und die arbeitsteilige Separierung von institutionellen und kommerziellen Akteuren weniger ausgeprägt ist als in der kanonisierten Kunst.[125] Dies kann dazu führen, dass Galeristen die Berufspraxis von Kuratoren als Einmischung in ihre ureigene Domäne, die Entdeckung neuer Kunst, sehen. Das neue, seit den 1990er Jahren sich durchsetzende Profil des Kurators, »der ›Projekte‹ verwirklicht, statt Werke auszustellen«,[126]

121 Bourdieu 2001: 347.
122 Belting 2010.
123 Glauser 2009: 262.
124 Moulin, 2003: 40.
125 Heinich 2014: 225–227.
126 Belting 2010.

macht diesen zu einem Konkurrenten auf dem symbolischen Terrain. Eine New Yorker Galeristin klagt: »So, instead of working together it becomes this kind of weird competition. […] The curators know that they have to discover someone in order to be important. So they are now doing what we do. You know, […] when I started curators were there to cull the material, to make it make sense for people. […] and now that's their key job, is to go to Timbuktu and find something that we haven't found yet. And it feels weird!« (Interview Lena Crumb, 2009). Eine konträre Wahrnehmung des Kurators äußert die knapp zwanzig Jahre ältere Mitinhaberin einer prominenten amerikanischen Galerie. Sie unterstellt der Mehrheit der von Kuratoren konzipierten Großausstellungen implizit Belanglosigkeit: »It's almost like a parallel world they operate in […] curators have become important in the sense of this other world that operates biennials in every city and all of that and this kind of travelling circus of huge art events. […] I don't think they're really important, ultimately. 'Cause there's some awful lot of them and it's pretty dispersed« (Interview Diane Shelley, 2009).

3.2.2 Symbolische und ökonomische Bewertung – Diagnosen der Ökonomisierung

Im Bereich der kanonisierten Kunst wird der Preis durch die Seltenheit der Werke und die kunsthistorische Expertise bestimmt. Der Verknappungsprozess, der spätestens mit dem Tod des Künstlers einsetzt und sich in einer schwindenden Zahl zirkulierender, weil im Besitz von Sammlungen befindlicher Werke ausdrückt, hat sich allerdings zusehends beschleunigt und betrifft immer jüngere Werke, auch solche aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.[127] Er manifestiert sich namentlich in der Absorbierung solcher Kunst durch den Auktionshandel. So nahm bereits in den 1950er Jahren die Anzahl Versteigerungen impressionistischer und post-impressionistischer Werke zu. Im Unterschied zu der größtenteils dem Markt entzogenen älteren Kunst, die ihren Warencharakter als Sammlungsbestand tendenziell verliert und sich von einem hybriden Objekt in ein »reines« Kulturerbe transformiert, ist das Angebot an Gegenwartskunst im Prinzip nicht begrenzt. Umso ungewisser ist ihr symbolischer Wert und ihr ökonomischer Wert entspre-

127 Moulin 1967: 419f.; Moulin 1992: 17.

chenden Fluktuationen unterworfen.[128] Aus dieser Kontingenz resultieren Auseinandersetzungen um Deutungsmacht, die, so Bourdieu, das Feld erst konstituieren. »Dass die Geschichte des Feldes die Geschichte des Kampfes um das Monopol auf Durchsetzung legitimer Wahrnehmungs- und Bewertungskategorien ist: diese Aussage ist noch unzureichend; es ist vielmehr der Kampf selbst, der die Geschichte des Feldes ausmacht; durch den *Kampf* tritt es in die Zeit ein.«[129] Folglich entspricht der in den »Konsekrationsindizes«[130] (Monografien, Kataloge, Artikel usw.) sich äußernde Dissens einem Dauerzustand. In diesem Kampf um Anerkennung ist durch Etikettierungen geschaffene Differenz ein existenzielles Erfordernis.

Die Auseinandersetzungen um Macht bzw. Profit im Feld der Gegenwartskunst folgen einer »verkehrten« Logik. Das grundlegende Gesetz des Spiels besteht darin, »an Interesselosigkeit, Uneigennützigkeit interessiert zu sein: Die Liebe zur Kunst ist Liebe aus Leidenschaft. […] Auf symbolischem Terrain vermag der Künstler nur zu gewinnen, wenn er auf wirtschaftlichem Terrain verliert (zumindest kurzfristig), und umgekehrt (zumindest langfristig).«[131] Viele – zuvorderst: institutionelle und publizistische – Akteure des Feldes konstatieren allerdings angesichts der sich seit den 1990er Jahren zunehmend im ökonomischen Subfeld aufbauenden Definitionsmacht eine eigentliche Umkehrung der »verkehrten« Verhältnisse, eine Ökonomisierung oder Kommerzialisierung der Kunst; eine Diagnose, die sich in der Feststellung des Soziologen Alain Quemin in einem Bericht für das französische Außenministerium wiederfindet, neuerdings beglaubige der Käufer (d. h. eine kleine Zahl besonders finanzkräftiger Sammler) den Künstler – wie noch im 18. Jahrhundert die Akademie.[132] Ein Künstler und Galerist stellt seinerseits ernüchtert fest, dass selbst die Kuratoren an den großen New Yorker Museen mehr denn je dem Marktgängigen folgten und privaten Mäzenen zudienten: »[T]hey're working for the patrons and the trustees at the museum who are investing in a lot of this, you know, stuff that's doing well in the market right now. So, the curators are kind of working for them. They have to go out and, you know, if they're working on the museum's collection they have to somehow flatter the tastes of the trustees« (Interview Emmett

128 Vgl. zur Preissetzung und symbolischen Funktion von Preisen Velthuis 2007; Ullrich 2010.

129 Bourdieu 2001: 253.

130 Bourdieu 2001: 244.

131 Bourdieu 2001: 136. Vgl. ebd.: 405 für Analogien zur Religion.

132 Quemin 2001: 124. Zu einem ähnlichen Schluss kommt Heinich 2014: 223–225.

Cole, 2010). Vorbehalte dem Markt gegenüber – also die Deutung, Kunst werde durch ihre kommerzielle Transaktion beschädigt – ist eine seit der Romantik verbreitete Wertsetzung. Aus ihr speist sich etwa die Kritik, wonach sich am Markt nur jene (minderwertige und belanglose) Kunst durchsetzen kann, auf die eine Mehrheit anspricht.[133]

Die diagnostizierte Ökonomisierung von Kunst[134] – d. h. der ökonomischen *und* symbolischen Bewertung von Gegenwartskunst durch den dafür bezahlten Preis – lässt sich anhand der Kategorie des Erhabenen besser fassen.[135] »*Erhaben* nennen wir das, was *schlechthin groß* ist«, schreibt Kant und präzisiert, dass »*schlechthin groß* (absolute[[,]] non comparative magnum)« sei, was »über alle Vergleichung groß« sei.[136] Die Auktionsrekorde für Gegenwartskunst[137] legen die Vermutung nahe, dass die starke Codierung von Kunst durch den Preis ihre Wahrnehmung verändert hat und sie, um als singulär gesehen und geschätzt zu werden, des Marktes neuerdings geradezu bedarf: Der Preis postuliert den symbolischen Wert eines Werks – folglich gewährleistet nur ein hoher Preis Anerkennung. Insofern macht unter Umständen erst der Preis ein Werk zur Kunst. Das Bewusstsein für den Zusammenhang zwischen der Zuschreibung eines Preises und der Zuschreibung eines symbolischen Werts ist keine neue Erscheinung; in dieser Logik sollten z. B. die preisgünstigen, in Auflagen produzierten *multiples* der Fluxus-Künstler eine Desakralisierung und Veralltäglichung von Kunst bewirken. Bevor sich Messen und Auktionen zu weihenden Instanzen entwickelten, lag diese Macht in erster Linie bei der Institution des Museums. Gerade seit der Moderne, man denke an das Readymade, bedurfte es jedoch oft des *white cube*[138] zur Schaffung – oder zumindest zur Vollendung – des Werks als Kunst. Doch im Gegensatz zum weißen Ausstellungsraum, der das Kunstwerk isoliert, der Alltagswelt entrückt, verfremdet und ihm dadurch Rätselhaftigkeit und Bedeutsamkeit verleiht, offenbart ein Preis den Warencharakter des Werks und macht es allen Dingen vergleichbar, die be-wertet werden. Unter diesen Voraussetzungen muss ein Werk extrem teuer sein, damit es glaubhaft Distanz zum Alltag und Bedeutsamkeit suggerieren kann. Die These von der Verschiebung der Deutungsmacht zum heteronomen Pol

133 Ullrich 2010: 100.
134 Vgl. Zahner 2017: 140–142.
135 Vgl. Ullrich 2010.
136 Kant 1919 [1790]: 100.
137 Horowitz 2011: 193–196.
138 O'Doherty 1999 [1976].

des Kunstfeldes wird auch dadurch plausibilisiert, dass die Nennung von Preisen im Feuilleton fast zur Regel geworden ist.

Millionenbeträge für ein einziges Werk können Erhabenheit stiften, weil sie unfasslich, unglaublich sind. Der Preis erfüllt auf eine neue Weise eine zentrale Forderung der Moderne an die Kunst, wonach sie das Außeralltägliche zu verkörpern, aber auch »etwas Unerschöpfliches und eben damit nicht Greifbares, nicht Definierbares«[139] zu sein habe. Die Preisrekorde der vergangenen Jahre haben solche Momente von Erhabenheit erzeugt, indem sie Distanz im Sinne von Exklusivität schufen. Die Kunst befremdet wegen des unvergleichlich vielen dafür ausgegebenen Geldes und weil nicht mehr nachvollziehbar ist, weshalb so viel Geld für ein Werk ausgegeben wird. Der Preis, muss daraus geschlossen werden, ist nicht mehr eine Konsequenz der (genuinen, symbolischen) Bedeutsamkeit des Kunstwerks; erst der Kunsterwerb als in aller Öffentlichkeit vollzogener Akt sozialer Distinktion verleiht dem Werk seine Bedeutsamkeit, erst durch dessen Kauf – genauer: durch jene, die viel dafür bezahlen – wird es sozusagen vollendet. Von einer solchen Wahrnehmung zeugt, dass nicht nur Galerien, sondern auch (nicht zuletzt kommerziell) sehr erfolgreiche Künstler wie Jeff Koons und Damien Hirst die Preisgestaltung zu beeinflussen versuchen. Hirst setzte 2008 die Zusammenarbeit mit den ihn vertretenden Galerien aus und ließ mehr als 200 überwiegend neue Werke direkt versteigern, und im Jahr davor hatte er sich gar nachträglich als Mitkäufer eines eigenen versteigerten Werks herausgestellt.[140] Solche Transaktionen wiederum signalisieren nicht mehr kulturelles Kapital, sondern als »demonstrative Verschwendung«,[141] für die eine Kunstversteigerung wie geschaffen ist, zuallererst Macht. Mit der Zurschaustellung von Reichtum affirmiert der Käufer seine soziale Stellung.

In der Galerie lässt sich der ökonomische Gewinn auf unterschiedliche Weisen maximieren.[142] Sie kann einen Bestand von verhältnismäßig günstig erworbenen Werken aufbauen, die Käufer sorgfältig auswählen und auf einen verzögerten, aber dauerhaften Erfolg setzen, oder – so ein in den 1960er Jahren aufkommendes Muster – versuchen, gestützt auf das symbolische Kapital des Künstlers, kurzfristig eine möglichst große Nachfrage zu erzeugen und einen raschen Absatz, steilen Preisanstieg und unmittelbaren, aber unter Umständen flüchtigen Erfolg anstreben. Für das auf längerfristigen Erfolg

139 Ullrich 2010: 102.
140 Vogel 2012.
141 Veblen 2011 [1912]: 104.
142 Moulin 1992: 46, 49.

setzende Geschäftsmodell stehen die frühen, von Paris aus tätigen Galeristen Durand-Ruel, Vollard oder Kahnweiler, für die Erzielung von schnellem Profit der ab den späten 1950er Jahren von New York aus operierende Castelli.[143]

Paul Durand-Ruel (1831–1922), ausgebildeter Kaufmann, der 1865 das elterliche Geschäft für Künstlerbedarf übernahm, steht im Ruf, den modernen Galeristen prototypisch verkörpert zu haben. Ihm wird das Verdienst zugeschrieben, maßgeblich an der Durchsetzung der impressionistischen Positionen beteiligt gewesen zu sein. In Selbstdarstellungen pflegt er darauf hinzuweisen, das geschäftliche Kalkül seiner Passion für die Kunst untergeordnet bzw. ob seiner Leidenschaft das Geschäft vernachlässigt zu haben. Gleichwohl war es vermutlich ein kalkulierter geschäftlicher Schritt, dem er seinen Erfolg verdankte – die Erschließung des nordamerikanischen Marktes. 1886 zeigte Durand-Ruel erstmals impressionistische Kunst in New York, wo er wenige Jahre später auch eine Filiale eröffnete. Die Rezeption des Impressionismus in den USA eingeleitet hatten allerdings gewisse Künstler selbst mithilfe sozialen Kapitals, das ihr privilegiertes Herkunftsmilieu bereitstellte.[144] Ambroise Vollard (1866–1939), Sohn eines Notars, brach sein Jurastudium ab und machte sich zunächst als Mitarbeiter einer Galerie mit dem Metier vertraut, bevor er 1894 begann, Ausstellungen in eigenen Räumlichkeiten zu organisieren. Seine Reputation gründete auf frühen oder ersten Einzelausstellungen von Mitgliedern der Künstlergruppe Nabis (insbesondere von Pierre Bonnard), von Paul Cézanne, Vincent van Gogh, Pablo Picasso, Henri Matisse und anderen. In den Augen seiner Zeitgenossen eine rätselhafte, schillernde Figur, selbst leidenschaftlicher Sammler, der seinen Erfolg einer Kombination aus Feingeist und Intuition zuzuschreiben pflegte, zeichnete sich Vollard durch eine Neigung zum inszenierten Selbstcharisma aus. Der deutschstämmige Daniel-Henry Kahnweiler (1884–1979), der kriegsbedingt Paris zweimal verließ und als Galerist des Kubismus gilt, absolvierte eine Banken- und Börsenlehre, bevor er 1907 eine Galerie eröffnete. Er fokussierte auf eine kleine Zahl von Künstlern seiner Generation und setzte auf ein langfristiges Arbeitsbündnis, dessen Exklusivität er durch den Aufkauf der gesamten Produktion und nicht zuletzt über ein internationales Händler-Netzwerk zu kontrollieren versuchte. Leo Castelli (1907–1999), Bankierssohn und Jurist aus Triest, floh 1941 nach New York, nachdem er

143 Thurn 1994: 103–109, 141–144, 151–155, 196–200; Moulin 1967: 29–31, 109–117; White/White 1993 [1965]: 124–129; Dumas 2006; Cohen-Solal 2010.

144 Wuggenig 2016: 496. Vgl. zu den Positionierungsstrategien der Impressionisten ebd.: 500–502.

mit seiner Frau Ileana (später Sonnabend) in Paris kurze Zeit ein Dekorations- und Möbelgeschäft geführt hatte, das auch Kunst anbot. Seine Galerie eröffnete er 1957. Castelli bezahlte wie Durand-Ruel vielen Künstlern seines Programms Gehälter und mied den Sekundärmarkt. Er gilt als maßgeblicher Agent der (seinerzeit präzedenzlosen) Durchsetzung amerikanischer Gegenwartskunst (Pop und Minimal Art, Konzeptkunst) im Zentrum des Feldes, d. h. insbesondere auch in Europa.

Spätestens seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts herrscht zwischen dem institutionellen bzw. nichtkommerziellen und dem ökonomischen Subfeld – den öffentlich zugänglichen (öffentlichen oder privaten) Sammlungen einerseits und dem Galerie-, Messe- und Auktionswesen andererseits – eine relative Arbeitsteilung. Sie lässt sich anhand von kommerziell leichter vermittelbarer Kunst und solcher veranschaulichen, die sich physisch der Kommodifizierung entzieht oder programmatisch dagegen wendet.[145] Der Bewertungsprozess beginnt keineswegs immer in der Galerie als *gatekeeper*, deren Selektion darauf von musealen Institutionen symbolisch und schließlich am Markt auch ökonomisch validiert wird. So wurde beispielsweise in den 1960er und frühen 1970er Jahren Kunst sichtbar, die sich nach dem Willen ihrer Produzenten nicht nur gegen die arrivierten Avantgarden abgrenzte, sondern auch gegen ihre Vermarktung und warenförmige Vermittlung sträubte (Fluxus, Arte Povera, Konzeptkunst, Minimal Art, Land Art, Body Art, Performance, Aktionskunst).[146] Für die Vermittlung solcher Kunst – bisweilen ohne (physisches) Objekt – spielten europäische (insbesondere niederländische, westdeutsche und Schweizer) Museen und Kunsthallen eine entscheidende Rolle. Die Anerkennung durch die Institutionen ging in diesem Fall der Validierung durch den Markt voraus. Dennoch ermöglichte es diese schwer verkäufliche Kunst Galerien, sich mit einem neuen Produkt auf dem Markt zu profilieren, indem sie entweder Vorbereitungsarbeiten oder in limitierten Auflagen Dokumentationen der Werke oder großformatige Unikate anboten.

Andererseits traten in den späten 1970er und frühen 1980er Jahren mit dem Etikett des Neo-Expressionismus vermarktete Künstler diversester Herkunft und Generationen prominent in Erscheinung (Georg Baselitz, A. R. Penck, Anselm Kiefer, Julian Schnabel, Jean-Michel Basquiat, Francesco Clemente u. a.), die bereits vor ihrer Anerkennung durch Institutionen

145 Vgl. Moulin 1992: 68–80.
146 Vgl. Ginsburgh/Penders 1997.

und Kunstkritik (die allerdings umgehend folgte) kommerziell Erfolg hatten. Diese Tendenz dürfte sich, trifft die Diagnose von der Ökonomisierung der Kunst zu, seither akzentuiert haben.[147] Indem sie das Etikett übernahmen, machten sich Museen und Kuratoren zu Agenten der von Galerien und Sammlern angestoßenen warenförmigen Vermittlung. Die in den frühen 1980er Jahren in New York aufgekommene aggressive Vermarktung von Gegenwartskunst hat die Analogien zur Kulturindustrie verstärkt. Trotz der vielfältigen Verflechtungen von Markt und nichtkommerziellen Institutionen lässt sich festhalten, dass Rezeption und Validierung neuer Kunst in den USA stärker im kommerziellen Subfeld erfolgen, wohingegen in Europa die von der öffentlichen Hand subventionierten Institutionen diesbezüglich eine wichtige Rolle spielen. Infolge des insgesamt größeren ökonomischen Drucks dürfte die Durchsetzung neuer künstlerischer Positionen in den USA unter höherem zeitlichem Druck stehen.

3.3 Weitere Institutionen des Kunstfeldes

3.3.1 Messe

Die Teilnahme an Messen ist für international operierende Galerien seit den 1990er Jahren zu einer existenziellen Positionierungsleistung geworden. Der New Yorker Galerist Friedrich Petzel berichtet: »Schon Anfang 2000 bemerkten meine Kollegen und ich, dass die Galerieausstellungen nicht mehr die gleichen Besucherzahlen hatten wie zuvor und besonders wichtige Verkäufe eher auf Messen zustande kamen. Das große Jammern begann, man müsse an immer mehr Messen teilnehmen, um im Geschäft zu bleiben.«[148] Als Institution entstand die kollektive Verkaufsausstellung für Gegenwartskunst 1967 mit dem vom Verein progressiver deutscher Kunsthändler initiierten, anfangs auf deutsche Aussteller beschränkten Kunstmarkt Köln, der prompt eine Konkurrenzveranstaltung in Düsseldorf hervorrief.[149] Das Rheinland war in der Nachkriegszeit zu einem wirtschaftlichen – insbeson-

147 Heinich 2014: 223–225.

148 Petzel 2014: 53.

149 Vgl. Baia Curioni 2012; Fleck 2013: 61f., 65; Garutti 2014; Genoni 2009; Herzog 2003; Quemin 2002: 66–89; Quemin 2008; Schultheis u.a. 2015; Thurn 1994: 233–236; ZADIK 2016.

dere industriellen – Zentrum Westeuropas geworden und wies eine hohe Sammlerdichte auf.[150] 1974 bis 1983 fand die bis in die 1990er Jahre führende Messe, nun als Internationaler Kunstmarkt, abwechselnd in beiden Städten statt, beschränkt sich jedoch seither unter dem weltläufigeren Namen Art Cologne auf einen Standort. Das seinerzeit kommunizierte Programm, »Kunst zu einem unprätentiösen Massenprodukt werden zu lassen, das allen zugänglich ist«,[151] ist im Zusammenhang mit Versuchen (Fluxus, Arte Povera, Minimal Art u. a.) zu sehen, eine Desakralisierung der Kunst herbeizuführen, und im Kontext der Bildungsexpansion und damit verbundener Forderungen nach einer »Demokratisierung« des Zugangs zu den Künsten. 1970 fand erstmals die Internationale Kunstmesse Basel bzw. Art statt, 1974 die Pariser Foire internationale d'art contemporain (FIAC), 1976 in Bologna die Arte Fiera. Die 1980er Jahre sahen dann in Zeiten einer Hochkonjunktur die eigentliche Gründungswelle: Chicago (ab 1980), Madrid (1982), Brüssel (1983), London (1984) sowie Frankfurt am Main (1989–2007). Nach der Rezession von 1990 bis 1992 setzte eine zweite, ebenfalls fast ausschließlich auf Westeuropa und die USA beschränkte Welle ein, unter anderem an den Standorten Miami (1990), New York (1994), Turin (1994), Berlin (1996–2010), Mailand (1996) und Shanghai (1997), gefolgt von einer neuen Messe in London (2003) und den Ablegern der Art Basel in Miami Beach (2002) und Hongkong (2013, gegründet 2007).

Einst die beargwöhnte und von den Künstlern gemiedene Institution der Kommodifizierung schlechthin, die zuallererst den Handel unter den Galerien verstärkte, gilt der Messeauftritt spätestens seit den 2000er Jahren geradezu als für inhaltliche Substanz und geschäftliche Seriosität bürgender Ausweis. Ein Galerist, der in seiner Jugend auf Messen gearbeitet hat, vergleicht die Goldgräberstimmung nach 2000 mit dem beschaulichen Treiben in den frühen 1980er Jahren. Über die Zeit im Palazzo Grassi in Venedig erzählt er:

> Da waren kaum Leute, also, Besucher gab es nicht, so ganz wenig. Und die hatten dann kleine Stände, und die hatten wunderbare Sachen. Also, ich erinnere mich, was die da hatten, also, tollste Sachen, Picabia-Bilder *en masse* für kleinste Preise […]. Und die Händler waren nie da, die Händler waren immer nebenan in Cafés. Es lag auch vielleicht an Italien. Die haben dann Kaffee getrunken, wie wir's auch tun gerade und dazu noch einen kleinen Rum oder so, und haben da die Geschäfte gemacht – untereinander, mehr oder weniger, untereinander (Interview Klaus Mahall, 2009).

150 Alemann 1997: 224.
151 Ullrich 2010: 101.

Die wachsende Bedeutung des Messewesens für die Galerien ist im Zusammenhang mit der seit den 1990er Jahren verstärkten Aktivität der Auktionshäuser im Segment der Gegenwartskunst zu sehen. Messen gelten deshalb auch als ein Instrument der Galerien gegen eine ökonomische Vorherrschaft der Auktionshäuser; an den prominentesten und selektivsten wird von großen Biennalen symbolisch validierte Kunst ökonomisch verwertet. Der Auftritt ist kostspielig und der Druck, die präsentierten Werke – im besten Fall mehr als eine Hängung – zu verkaufen, entsprechend groß.[152] Gemäß der *New York Times* kann alleine die Standmiete 15 000 bis 40 000 US-Dollar betragen (100 000 Dollar und mehr für größere Flächen) und der finanzielle Aufwand für die Teilnahme an einer einzigen Messe 300 000 Dollar übersteigen (zur Miete kommen Kosten für Transport, Versicherung, Einrichtung, Personal und Unterhaltung der Sammler hinzu). 2013 ließ sich eine der mächtigsten Galerien für Gegenwartskunst, David Zwirner, einen Stand an der Art Basel in Basel rund eine halbe Million Dollar kosten. Eine auf die USA, Großbritannien und Deutschland fokussierende Studie errechnete, dass die Hälfte der Galerien (von denen 93 Prozent vor allem Gegenwartskunst anbieten) an mindestens einer Messe pro Jahr teilnimmt und über ein Viertel der Galerien 20 Prozent oder mehr ihrer Einkünfte auf Messen erwirtschaftet.[153]

Außer dem anvisierten ökonomischen Profit besteht die nicht minder bedeutsame Gegenleistung für die Teilnahme in einer Art Zertifizierung der (mehr oder weniger exklusiven) Position im Feld. In Basel, Miami Beach oder Hongkong auszustellen, färbt ausgesprochen vorteilhaft auf die Reputation einer Galerie ab und mehrt oder aktualisiert das symbolische Kapital des Galeristen. Doch der Profilierungsdruck hält an, da sich die Galerien Jahr für Jahr von Neuem um einen Stand bewerben müssen, d. h. eine erstmalige Selektion formell keine künftige Teilnahme garantiert und selbst eine langjährige Präsenz nicht vor einer Absage bewahrt (wie dies mehr als einer interviewten Galeristin, etwa Lena Crumb, Kapitel 5.1.2, widerfahren ist). Die Auslese der Teilnehmer erfolgt gemäß dem Prinzip der *peer review* durch ein von der Messeleitung eingesetztes Gremium von Berufskolleginnen und -kollegen, einer »ausgewogen zusammengesetzten Fachjury«, deren Mitglieder »on the basis of their integrity and

152 Bowley 2013; Paumgarten 2013: 40.
153 Vgl. Resch 2016: 13, 28, 54–58.

expertise« ausgewählt werden.[154] Das Ausstellungsreglement der Art Basel Miami Beach nennt hochgradig interpretationsoffene Auswahlkriterien, namentlich: »the quality and dynamism of gallery's overall activities; the quality and dynamism of the gallery's work with the artists represented, especially those proposed for exhibition at The Show; the gallery's past presentations at The Show and other international art shows; the specific content of the application submitted by the gallery for The Show; […] the competition for participation among galleries with a similar profile«. Konkret bedeutet dies unter anderem, dass ein Messestand nicht bloß eine Auslage disparater Werke sein darf, sondern einer kuratierten Ausstellung gleichen soll. »So, they actually want you to treat it more like a museum show in your booth«, konstatiert eine amerikanische Galeristin, die darin eine fragwürdige Verschleierung der kommerziellen Funktion der Messe sieht. »You're supposed to act like you're not there to sell things. It's become very strange« (Interview Lena Crumb, 2009).

Wie unter den Museen und Kunsthallen hat sich auch unter den Messen eine (allerdings weniger stabile) Hierarchie herausgebildet. Wenn ein jüngerer New Yorker Galerist die Art Basel als einzige wichtige Messe bezeichnet, so äußert er einen seit der Jahrhundertwende verbreiteten Konsens: »To be an exhibitor at Art Basel, it's like getting some sort of gift, or that you're part – you're one of the best galleries in the world« (Interview Nate Silver, 2010). Die Teilnahme an der Basler Ausgabe der Art Basel, der prestigeträchtigsten Messe für Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts, setzt eine ununterbrochene Geschäftstätigkeit von mindestens drei Jahren voraus. Aus einer quantitativen Sondierung des Messewesens vor Ausbruch der jüngsten Wirtschaftskrise leitet Quemin einen statistischen Zusammenhang zwischen der Größe und Zusammensetzung des Teilnehmerfeldes einer Messe und deren Reputation ab. Wird die Größe als Kriterium herangezogen, kommt eine Rangfolge zustande, in der zuvorderst Basel (304 Galerien) und Miami Beach (248) figurieren, weit vor Köln, Bologna, Madrid, Chicago, New York (Armory Show), Mailand, London und Paris, die je ungefähr 150 bis 190 Aussteller empfingen. Einen meistens verlässlicheren Anhaltspunkt zur Position einer Messe im Feld liefert allerdings die Provenienz der Aussteller. Wenn sie nicht an einem im Kunstmarkt dominanten Ort stattfindet, gilt tendenziell: je kleiner der Anteil Galerien aus dem näheren Einzugsgebiet (die in der Re-

154 *Zusatzreglement zum Ausstellerreglement der MCH Messe Schweiz (Basel) AG*, August 2008; *Exhibition Regulations for Art Basel Show in Miami Beach*, Miami, Februar 2013. Vgl. auch Bowley 2015.

gel überrepräsentiert sind) und je vielfältiger ihre Herkunft, desto größer das Prestige der Messe.[155]

Der legitimierende Effekt gewisser Messen hat zur Folge, dass sie die Galerien aus der Perspektive der kaufkräftigsten Sammler und prominentesten Museen, wenn nicht als *gatekeeper* abgelöst haben, sie doch mit einem zusätzlichen Filter konfrontieren und die Konsekrationsmacht der selektionierten Galerien vergrößern. Fleck spricht in diesem Zusammenhang von der Delokalisierung der internationalen Galerien seit den 1990er Jahren.[156] Die Beobachtungen eines New Yorker Galeristen veranschaulichen, wie Messen inzwischen als eine Art Sammellinsen mit globalem Anspruch funktionieren und maßgeblich auf die Rezeption einwirken, indem sie inhaltliche und warenförmige Vermittlung de facto – d. h. stets: aus Sicht vieler dominanter Akteure des Feldes – in einer Instanz zusammenführen: »One thing I've noticed is that it's very strange that the curators all show up to the art fairs. I was a bit shocked when I first realized this. Curators who never come here to the gallery. If we're at a fair, suddenly everybody's there, all the MoMA people, people it'd very easy for them to come down here, but they would go all the way to London or Basel to see us and see everybody. It's like one stop shopping« (Interview Emmett Cole, 2010). Eine Londoner Galeristin spricht mit Blick auf ihre erste Messeteilnahme, in den 1990er Jahren in Köln, von der Messe als einem »Katalysator«, der ganz vieles anstößt:

I sort of didn't like the idea of art fairs, and I thought it was all very crude. But suddenly making that connection with really, *really* fantastic collectors who then became very close supporters to the gallery – it […] suddenly made sense to me. I mean, I don't do many art fairs, I don't like doing them, but I know that they are very important. And it's not just the sales. It's those little conversations that keep going and can take five years. But, every time it's a step in the right direction. So, it's very subtle

155 2007/08 kamen 10 Prozent der an der Art Basel präsenten Galerien aus der Schweiz, 23 Prozent aus den USA, 17 Prozent aus Deutschland, 10 Prozent aus Großbritannien, 8 Prozent aus Frankreich und 7 Prozent aus Italien (in Miami Beach und New York lag der US-amerikanische Anteil bei rund 40 Prozent). Das Teilnehmerfeld der in kurzer Zeit zur zweitwichtigsten europäischen Messe avancierten Frieze Art Fair in London bestand zu 21 Prozent aus britischen, zu 24 Prozent aus US-amerikanischen, zu 15 Prozent aus deutschen, zu je 6 Prozent aus französischen und italienischen sowie zu 2 Prozent aus Schweizer Galerien. Sowohl in Basel als auch in London machten Galerien aus dem Rest der Welt etwa ein Viertel der Teilnehmer aus. Auf der Art Basel Miami Beach, der prestigeträchtigsten amerikanischen Messe, waren Deutschland mit 18 Prozent, Großbritannien mit 10 Prozent, Frankreich mit 4 Prozent, die Schweiz mit 3 Prozent und Italien mit 2 Prozent der Galerien vertreten. Quemin 2008: 81–83.

156 Fleck 2013: 65.

what happens at art fairs on one level, and they are incredibly important (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Trotz der gerade auch im Kontext der »globalistischen« Selbstwahrnehmung der Feldakteure inzwischen großen Bedeutung des Messeauftritts, vermögen es nur wenige Galerien, an den drei bis sechs weltweit wichtigsten Messen teilzunehmen. Die funktionale Transformation des Messewesens hat die Berufspraxis des Galeristen auch im Hinblick auf das Arbeitsbündnis mit dem Künstler bzw. der Künstlerin stark verändert. Für letztere ist die Präsenz auf Messen zu einem maßgeblichen Faktor im Arbeitsbündnis mit dem Galeristen geworden. Verfügen Künstler über ausreichend symbolisches Kapital, kann dies ausschlaggebend für die Fortführung der Zusammenarbeit mit der Galerie sein. Eine New Yorker Galeristin, die ihr Geschäft seit den 1980er Jahren betreibt, konstatiert: »It used to be this thing that was strictly a dealer's thing. Artists didn't wanna go near them, they didn't even wanna know if you were showing a piece of yours. It was this commercial thing that they avoided. Now, I hear about young artists, they'll decide they'll be angry at their gallery and decide to leave because the gallery isn't admitted into the Basel art fair or something, you know. Artists are very concerned about art fairs« (Interview Diane Shelley, 2009). Da Messen stets die Präsentation frischer, aktueller Werke verlangen, sind Künstler, die sich bereits einen Ruf erarbeitet und eine Nachfrage erzeugt haben, mit einem erheblich größeren Produktionsdruck konfrontiert. Symptomatisch diesbezüglich liest sich ein Beitrag in der *New York Times*, der beschreibt, wie die Dominanz des Messewesens selbst in der Kunstmetropole, die immer noch eine weltweit einzigartige Konzentration an Galerien aufweist, manifest wird. »Attending several art fairs a year, mainly in the United States and Europe, is now what many galleries do, even the fledgling ones on the Lower East Side. It is how they sell art, make contacts and establish their bona fides with dealers from other cities. But as dealers stretch themselves thinner and thinner, it is inevitable that local art scenes will pay a price.«[157] Das neue, auf die Messe ausgerichtete Geschäftsmodell schlägt sich also auch in New York in einer entsprechenden Verlagerung der Vermittlungstätigkeit und in einer Verlangsamung bzw. im Abbau der sichtbaren Aktivitäten am Standort der Galerie nieder, mit weniger und dafür länger dauernden Ausstellungen. Ein Galerist insistiert allerdings auf der Sonderstellung New Yorks und stellt die Messepräsenz primär als Vermarktungsinstrument dar, das weniger auf un-

157 Smith 2012.

mittelbaren Absatz zielt als die Sichtbarkeit der Galerie gewährleistet und ein Territorium markiert:

Das ist Marketing und *market share*. Es geht gar nicht allein darum, wie viel man verkauft dort, sondern es geht darum, dass man top aussieht. Das ist nicht anders als: BMW will nicht blöder aussehen als Mercedes oder Saab. […] Und ob man das Automobil dann dort kauft oder nicht, ist vielleicht eine andere Frage, aber als Package […] muss man da stehen. Weil es gibt so viele Galerien, und das ist so groß geworden, dass man auf diese Weise schon eine Art von Branding – dafür sehe ich diese Messe. […] Es ist nicht allein der Verkauf. […] Hier, in New York, haben wir natürlich 360 Tage Messe. Wenn Sie eine Galerie in Mailand haben, ist die Messe Basel oder die Messe in London viel, viel, viel wichtiger als für unsereins, vielleicht. Aber als *presence* und als Branding, vielleicht, sind diese Messen nicht zu unterschätzen (Interview Alfred Rückert, 2009).[158]

Ähnlich prosaisch beschreibt den Effekt des Messeauftritts – insbesondere dessen Wirkung als Gütesigel – ein von Asien aus operierender Galerist. In seiner Wahrnehmung von Zentrum und Peripherie des Feldes, die sich mit jener – impliziten – seines New Yorker Kollegen deckt, und der entsprechenden Konzentration von Deutungsmacht (»Standard«) fallen das durch räumliche und zeitliche Konzentration definierte Messewesen (Art Basel) und das Territorium, in dem die feldspezifischen Normen festgelegt werden (der »Westen«), als Zentren in eins: »Jeder sagte uns, wie man eine Galerie machen muss, kam vorbei, war Experte, aus dem Westen […]. Kaum bist du an der Art Basel, hören sie auf.« Vorher habe er sich unter anderem von nach China reisenden Galeristen anhören müssen, dass nichts in seiner Galerie den internationalen Standard erfülle – »und dann hängst du etwas an der Art Basel auf, und im nächsten Jahr kommen sie vorbei und sagen: ›Oh, aber das ist *international standard*‹. […] Dann muss es etwas sein« (Interview Jakob Pitsch, 2010).

3.3.2 Auktionshaus

Zusammen mit den Messen, und noch vor diesen, bilden die Auktionen seit den 1970er und insbesondere 1980er Jahren zyklisch die temporären Brenn-

158 Die Einschätzung, dass Messen insbesondere für territorial eher periphere Galerien in verschiedener Hinsicht wichtig geworden sind, deckt sich mit dem Befund von Quemin 2008: 85f.

punkte des Kunstmarktes.[159] Auf Messen (Quantität der Exponate) und Auktionen (Fixierung auf den Preis), wo inhaltliche Vermittlung schon nur ob der Flüchtigkeit des Anlasses nicht geschehen kann, tritt der warenförmige Charakter von Kunst am deutlichsten zutage. Die Auktion, eine sogenannte freiwillige Versteigerung, ist zudem jene Institution des Kunstfeldes, der medial die größte Aufmerksamkeit zuteilwird. Als offene Auktion hat sie die Struktur eines Rituals, das eine Überbietungs- und Verausgabungsdynamik freisetzt, dessen offener Ausgang das anwesende Publikum in den Bann zu ziehen vermag und dessen Ergebnis insbesondere auch außerhalb des Kunstfeldes den Effekt einer Statusdemonstration haben kann. Der publizierte (hohe) Preis stiftet unter Umständen Erhabenheit; jedoch steht zugleich ebendieser Preis für die Warenförmigkeit von Kunst und übersetzt deren symbolischen Wert in eine für all jene interpretierbare Währung, denen die feldspezifische »illusio« bzw. der Glaube an das »Spiel der Kunst«[160] fremd ist. 1999 machten Versteigerungen von zeitgenössischer bzw. Gegenwartskunst gerade einmal 8 Prozent des Umsatzes von Sotheby's (180 Millionen US-Dollar) und 2 Prozent jenes von Christie's (45,6 Millionen US-Dollar) aus, den beiden mit Abstand größten Auktionshäusern (wobei letzteres eine engere Definition anwendet und Werke aus der Periode bis 1970 zu den »post war sales« rechnet). Im Bereich »contemporary art«, in dem gleichfalls die beiden angelsächsischen Firmen dominieren, ist die territoriale Konzentration noch ausgeprägter. Sowohl gemessen an der Vielfalt der Provenienz des Angebots als auch gemessen an den erzielten Preisen figurieren New York und in geringerem Maß London konkurrenzlos an der Spitze. Offensichtlich ist, dass der Durchbruch und die Expansion zeitgenössischer Kunst bzw. Gegenwartskunst im Auktionswesen mit Phasen wirtschaftlicher Hochkonjunktur koinzidierten. In diesen Zeiten nahm die Zahl der von angelsächsischen Firmen durchgeführten Versteigerungen von Gegenwartskunst überproportional zu. Der Sekundärmarkt ist generell eng an den Konjunkturverlauf der Gesamtwirtschaft gekoppelt und reagiert im Bereich der Gegenwartskunst am unmittelbarsten auf Schwankungen. Der Historiker Sébastien Guex weist in seiner Studie zum Schweizer Kunstmarkt auf die seit Jahrzehnten währende, ausgesprochen große Übereinstimmung

159 Vgl. Moulin 1992: 57f., 177–184; Moulin 2003 [2000]: 84–97; Quemin 2001: 69–73; Quemin 2002: 96–104; Smith 1990; Szántó 1996: 42f., 56f., 95–100; Thurn 1994: 67–71; Velthuis 2007: 81–96.

160 Bourdieu 2001: 49.

des Konjunkturverlaufs von Kunst- und Börsenhandel hin.[161] Allerdings lassen gewisse Indizien vermuten, dass der Auktionsmarkt dazu neigt, gerade während Rezessionen zu expandieren, da Kunst angesichts von Inflation und schwacher Aktienkurse als attraktive Anlage erscheint.

Unter Galeristen beruht die Legitimität von Messen darauf, dass Gleichgesinnte oder zumindest direkte Konkurrenten – nämlich am Primärmarkt operierende Händler – die Selektion verantworten. Zudem belassen Messen bei allen Veränderungen der Positionierungsstrategien und -leistungen, die sie erzwingen, die Kontrolle über Produktion, Vertrieb und Preis bei Galerie und Künstler. Im Unterschied dazu entzieht sich das Auktionswesen dem Einfluss der allermeisten Galerien. Diese sind im Fall ökonomisch erfolgreicher Künstler mit neuen, noch in den 1970er Jahren quasi inexistenten Handlungsproblemen konfrontiert. Die Auktionshäuser begannen in der zweiten Hälfte der 1980er Jahren ihr Geschäftsfeld systematisch auf Gegenwartskunst auszudehnen; eine Praxis, die in den Jahren bis zur 2007 einsetzenden Finanzkrise[162] ein beispielloses Ausmaß annahm. Die im Auktionswesen herrschende Fixierung auf das einzelne Werk wird den Galerien zum Problem, wenn Auktionshäuser im Sekundärmarkt lebender Künstler intervenieren und die Preisgestaltung, die von Programmgalerien im Prinzip sorgfältig mit Blick auf das gesamte Werk eines Künstlers und einen langsamen, jedoch beständigen Anstieg betrieben wird, auf meist sprunghafte Weise beeinflussen.

Die Auktionshäuser absorbieren immer mehr das aus Privatsammlungen wieder in den Markt geschleuste Material, sie beschleunigen die bloß warenförmige Zirkulation ohne geistige Erschließung durch entsprechende Präsentation und bewirken so eine Kumulation von Provisionsanteilen auf die Preisentwicklung, sie stellen den Galeristen, der außerhalb der kurzfristigen Kommissionsware auch einen langfristigen Stock von angekauften Objekten bereithält vor das paradoxe Problem, dass eine in der Öffentlichkeit zu falschen, optimistischen Schlüssen führende spektakuläre Preisentwicklung ihn schädigt, weil sie ihn in die Gefahr bringt, sich arm zu ›verkaufen‹, weil er die Objekte zu einem Preis abgibt, für die er eine vergleichbare Qualität nicht wieder einkaufen kann. Der Auktionsmarkt begünstigt also den Spekulanten, der jederzeit den inhaltlichen Sammelschwerpunkt, der kurzfristigen Preisentwicklung sich anpassend, wechseln kann, sie erschwert die Tätigkeit des geduldig und beharrlich einen programmatischen Schwerpunkt ausbauenden Galeristen.[163]

161 Guex 2002: 44.
162 Horowitz 2011: 189–192.
163 Oevermann 1997: 84.

Gerade weil Auktionsergebnisse kommuniziert werden und die Preisbildung im Unterschied zur opaken Abwicklung der Transaktionen in den Galerien vergleichsweise transparent ist, sind sie zu Referenzen für den Marktpreis eines Künstlers geworden und können eine Neubewertung von dessen gesamtem Werk bewirken. Als Bedrohung nehmen Galeristen sowohl eine »Über-« als auch eine »Unterbewertung« der von ihnen vertretenen Künstler wahr. Fällt der Auktions- höher als der Galeriepreis aus, entscheiden sich gemäß Szántó[164] viele Galerien – häufig unter dem Druck der betreffenden Künstler – für eine Anpassung nach oben, die mindestens kurzfristig einen hohen Gewinn verspricht. »Der Stapel, den wir haben, jetzt für eine Auktion, ist ungefähr ein halber Meter hoch, ja?«, bemerkt eine befragte Galeristin zu Auktionskatalogen auf dem Tisch. »Und das ist für eine Auktion. Und das waren früher zwei Kataloge.« In den größeren etablierten Galerien zählt das Durchkämmen von Auktionskatalogen mittlerweile zum Alltag. »Na ja, ich muss mich damit beschäftigen, zwangsweise«, berichtet die Galeristin weiter. Es sei wichtig, dass gerade auch etablierte Künstler, die »in der Akzeptanz von Künstlern und Museumskuratoren extrem oben stehen, […] nicht plötzlich auf dem Markt unterbewertet werden – was auch nicht der Fall ist. Da gibt es immer Arbeiten von denen, die auch sehr, sehr teuer werden. Aber das geht so lange, das ist so ein langsamer Weg nach oben gewesen – so, da muss man darauf achten. Und umgekehrt muss man sich aber auch nicht blenden lassen von irgendwelchen Höchstergebnissen, die […] manchmal künstlich erzeugt worden sind« (Interview Marie Feldmann, 2007). Ein zu rascher Preisanstieg kann zur Folge haben, dass Werke in zu großen Mengen in Umlauf kommen, die der Auktionsmarkt nicht mehr zu denselben hohen Preisen absorbiert, sodass die Auktions- unter die Galeriepreise sinken und die Reputation des betreffenden Künstlers leidet.

Der Kontrollverlust betrifft jedoch nicht bloß die ökonomische Bewertung, sondern auch die Destination bzw. den Verbleib des Kunstwerks nach der Transaktion, eine der zentralen (und insofern die Berufspraxis legitimierenden) Positionierungsleistungen, die ein Galerist im Hinblick auf die symbolische Bewertung von Gegenwartskunst zu erbringen hat. »What I hate about the auctions [is] that you lose control«, meint eine Londoner Galeristin. »You know, we spend a lot of time looking after and protecting the work and making sure it's placed in the right place. It goes into the auction and you can lose it. You can lose a major work. You don't know where it's gone

164 Szántó 1996: 100.

to« (Interview Rebecca Mayfield, 2010). Ein deutscher Galerist, der den Antagonismus zwischen Galerien- und Auktionswesen betont, weist auf einen in den 1960er Jahren initiierten Mechanismus hin. Als »größte[n] Feind des ordentlichen Galeristen« bezeichnet er das »unseriöse« Auktionshaus; »weil die gehen auch noch zu den Sammlern hin, die gar nicht verkaufen wollen, und bieten denen Garantiesummen, damit sie endlich ihren Richter da verkaufen, den sie in den 1960er Jahren für tausend Mark gekauft haben und jetzt eine Million für kriegen. Da wird dann auch der tollste Sammler irgendwann schwach« (Interview Roland Klemperer, 2007). Eine andere Galeristin sieht die Auktionshäuser als korrumpierenden »Motor«, die »selbst bei dem stabilsten, besten Sammler dann solche Gelüste auf das Geld irgendwie da kreieren, dass der auch nicht mehr kann. ›Wenn ich das jetzt verkaufe, kann ich mir ein ganzes Haus davon bauen.‹ Ja, kann ich ihm auch nicht verdenken« (Interview Marie Feldmann, 2007). Anders als vielen (d.h. europäischen) von der öffentlichen Hand finanzierten Institutionen ist es privaten Sammlungen gesetzlich nicht untersagt ist, ihre Bestände zu veräußern. Vor diesem Hintergrund hat die von den Auktionshäusern systematisch und immer aggressiver verfolgte Herauslösung von Werken lebender Künstler aus privaten Sammlungen die Zirkulation von Werken im Sekundärmarkt beschleunigt. Wesentlich dazu beigetragen hat auch eine amerikanische Steuerreform von 1986, die Abzüge auf gemeinnützige Zuwendungen so weit beschränkte, dass sie den Anreiz schwächte, Museen Schenkungen zu machen.[165] Sammler sind offensichtlich öfter und rascher willens, sich – gerade auch unter Umgehung der Galerien – von Werken zu trennen. Die finanziellen Dienstleistungen diesbezüglich wurden ausgebaut, indem Anbietern unter anderem Vorschüsse und Mindestpreise zugesichert oder Käufern Kredite gewährt werden.

Angesichts des so zentralen Problems der Platzierung eines neuen Kunstwerks, für welches der Beweis, dass es einen Platz im Repertorium der Kunstgeschichte verdient, erst noch erbracht werden muss – die Weihe, die nur ein Museum erteilen kann –, mag es erstaunen, dass dem Preis an sich (oder dem »Kurs« eines Künstlers), der gerade auf Auktionen das Ergebnis eines tendenziell irrationalen Distinktionsspiels ist, in dem heteronome Kräfte geradezu ungehemmt wirken, aus Sicht von Galeristen eine dermaßen große Bedeutung zukommt. Der ökonomische Profit, der ihnen im Sekundärmarkt so entgeht, müsste durch die feldspezifische »illusio«, gemäß der gelungene

165 Szántó 1996: 103.

Kunstwerke per se einen genuin symbolischen Wert besitzen, der sich letztlich nicht in einem Geldwert abbilden lässt und außerdem erst in der Dauer erweist, sozusagen aufgefangen werden. Doch bedeutet die Partizipation des Auktionswesens an der Preisgestaltung einerseits einen Kontrollverlust über die ökonomische Bewertung von Kunst, der das Geschäft noch unberechenbarer macht. Andererseits kann gerade unter Galeristen, die einer solchen Übersetzungsleistung ihre berufliche Existenz verdanken, ein solcher Glaube in Reinform wohl nicht existieren. Was in einer »umgekehrten Ökonomie«,[166] in der sich der symbolische per Definition nicht aus dem ökonomischen Wert herleiten ließe, theoretisch Experten überlassen werden könnte, oszilliert de facto in der Wahrnehmung der meisten Fälle (unabhängig von ihrer Deutung des Auktionswesens): Der kommerzielle Erfolg partizipiert an der symbolischen Bewertung von Kunst – ähnlich wie in der calvinistischen Prädestinationslehre orthodoxer Ausprägung sichtbarer diesseitiger bzw. weltlicher Erfolg im Hinblick auf das Jenseits als Zeichen göttlicher Erwählung bzw. Gnade aufgefasst wurde. In der Krisendiagnose einer Galeristin erscheint denn auch in erster Linie das Ausmaß fragwürdig, in dem kommerzieller Erfolg (der an Auktionen sichtbar, messbar ist) den Wert von Kunst determiniert:

But I think what people now judge an artist by is actually not all of that stuff. It's more about their auction prices. And that worries me hugely. So, I sort of almost think that the emphasis *has* changed, but it's leapt even further away from the critic, it's gone to the commercial value. And how you judge an artist is by how high their prices are in the auctions. […] But, yes, my worry is even more so that people are judging artists more on their commercial value than ever before (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Diese Einschätzung deckt sich mit der These der Kunsthistorikerin Isabelle Graw, wonach sich die relative Autonomie des Kunstfeldes hin zu einer relativen Heteronomie entwickelt habe.[167] Das Auktionswesen scheint über den engen Rahmen der Versteigerung hinaus den genuin hybriden Charakter von Kunst sichtbar zu machen, den es im Selbstverständnis der Akteure des Feldes historisch stets nur als Kompromiss hinzunehmen galt, um die Produktion aufrechtzuerhalten, der jedoch in der feldtypischen à fonds perdu-Sichtweise nicht als konstitutiver Wesenszug von Kunst galt. Die Verunsicherung, die solches in Bezug auf die Hierarchie der Bewertungsmaßstäbe

166 Bourdieu 2001: 227.

167 Graw 2008: 148–152. Vgl. auch Graw 2015; Bourdieu 1998: 183.

(institutionelle Anerkennung einerseits, kommerzieller Erfolg andererseits) auslöst, entspricht einer Infragestellung der Autonomie des Feldes und der Deutungsmacht von Kunstkritik und kunsthistorischer Expertise. Sie wirft im frühen 21. Jahrhundert die Frage nach dem Verhältnis von Reputation und ökonomischem Erfolg, von symbolischem und ökonomischem Kapital in einem Feld auf, für dessen Formierung im späten 19. Jahrhundert eine umgekehrte ökonomische Logik zentral war.

Die Auktionshäuser bedienen sich verschiedener Strategien. Es werden – gewissermaßen ergänzend zum Primärmarkt – Werke bereits etablierter Künstler versteigert, die vor allem bei Händlern, Maklern und Sammlern, aber auch bei Galeristen beschafft werden, die sich von der Auktion Impulse für einträglichere private Transaktionen in der Galerie versprechen. Eine Variante dieser Verwertungsweise besteht in der Vermarktung von Gegenwartskunst unter dem Etikett »Klassiker«, wobei das Auktionshaus bei der ökonomischen Bewertung solcher Werke oder Künstler eine entscheidende Rolle spielt. Es kann aber auch versuchen, in direkter Konkurrenz zu den Galerien – zu ihrer Aufwertung um Werke prominenterer Künstler herum gruppiert – Künstler anzubieten, die über keine Galerieverbindung verfügen und denen eine im institutionellen Subfeld erworbene Reputation fehlt. Das Vordringen in den Primärmarkt ist Teil einer umfassenderen Strategie der Auktionshäuser, die auf eine Kontrolle von Angebot und Nachfrage abzielt und eine Verwischung der Grenzen zwischen Primär- und Sekundärmarkt herbeiführt. Sie weiten ihre Operationen aus, indem sie Abteilungen für private Transaktionen einrichten, Presseerzeugnisse, Internetportale und Datenbanken, aber auch Galeriebestände und Galerien aufkaufen.[168] So war Sotheby's z. B. ab 1997 während drei Jahren zu 50 Prozent an der New Yorker Galerie Deitch Projects beteiligt. Der am meisten kolportierte Fall ist der 2007 erfolgte Kauf der Londoner Galerie Haunch of Venison durch Christie's. Die 2002 eröffnete Galerie wurde darauf von der Teilnahme an den wichtigsten Messen ausgeschlossen. Bereits 2013 zog sich das im Besitz eines französischen Sammlers befindliche Auktionshaus jedoch wieder aus dem Primärmarkt zurück und schloss die Galerie, die vorübergehend auch Filialen in Berlin, Zürich und zuletzt in New York unterhielt.

Der wichtigste Grund für die Kritik vieler Galeristen am Auktionswesen, die meistens auf die (formell) transparenten Versteigerungen fokussiert und

168 Tomkins 2007: 69; *The Art Newspaper*, 5. Februar 2013, https://www.a-n.co.uk/news/christies-closes-haunch-of-venison/ (Zugriff: 15.12.2018).

teilweise explizit verschwörungstheoretisch manipulative Praktiken unterstellt, dürfte letztlich weniger die Signalwirkung einzelner Auktionsergebnisse als vielmehr die sich zu ihren Ungunsten verschärfende Konkurrenz sein, der sie sich in ihrer angestammten Domäne des Sekundärmarkts, dem privaten Handel, ausgesetzt sehen. Gerade für die per Definition im riskantesten Segment – der Gegenwartskunst – tätigen Galerien bietet der reine Handel die Chance, finanzielle Verluste zu kompensieren, die aus der Vermittlung nicht etablierter Kunst zwangläufig entstehen. Wie beunruhigend der Kontrollverlust über die ökonomische Bewertung von Kunst für Galerien sein kann, artikuliert diese New Yorker Galeristin:

> I hate them. I think they are the evil scum of this world. I really do. I cannot, I detest the auction houses, I really do. I think they do only harm, they do nothing, nothing to what we do. […] But there was this time when an auction house seemed like a neutral place, like a place where it was a real free market that was not manipulated. I think right now, it's like watching the Wall Street scam. It's all balloons and hot air and the dealings that go on behind doors […] it's truly scaring (Interview Sylvia Newman, 2010).

Ein betont kühl räsonierender Galerist beschreibt die hegemonialen Bestrebungen der Auktionshäuser, die er mit Aaskäfern vergleicht, wahrscheinlich ziemlich akkurat:

> They've bought galleries, they've bought relationships with artists, they've put production into making work with artists, they've created sort of closed systems of patronage with artists where an auction house and a few collectors will get together, put money behind an artist, trying to make an artist, trying to make a market, […] but if you analyse what the fundamental difference is between what they do and what we do, is they're really like, you know, they're like corpse beetles, they're like stripper beetles. You put them on a corpse when you wanna get the flesh of it (Interview Stanley Lowell, 2010).

3.3.3 Museum, Kunsthalle, Biennale

Im Subfeld der nichtkommerziellen Konservierungs- und Vermittlungsanstalten, der »Institutionen«[169] in der Sprache des Feldes, lassen sich im Wesentlichen zwei Kategorien unterscheiden: solche mit und solche ohne

169 Vgl. Becker 2008 [1982]: 117–119; Crane 1987: 4–9, 119–136; Moulin 1992: 60–68; Moulin 2003 [2000]: 47–52.

Sammlungen. Erstere sind Museen, die Instanzen der Kanonisierung – »Endlager« mit der »Verheißung von Dauer«[170] – und von jedem Künstler und jeder Galerie angestrebte Destination eines Kunstwerks; letztere sind reine Schauräume, die Kunst entweder noch vor ihrer warenförmigen Vermittlung oder abseits des Kunstmarktes sichtbar machen können oder aber Etappen der Anerkennung von Gegenwartskunst sind. Häufig ausgeblendet wird allerdings, dass in den Ländern des *Common Law*, d. h. in den USA und England – in zentralen Territorien des Kunstfeldes also –, aber u. a. auch in Kanada, Australien oder Indien, es Museen erlaubt ist, sich durch *deaccessioning* von Sammlungsbeständen zu trennen.[171] Die Eigennamen der Institutionen geben nur beschränkt über deren Typus Auskunft. Wenn sie denn eine Funktionsbezeichnung im Namen führen, können sich Museen unter anderem auch »Galerie« (Nationalgalerie, Berlin; The National Gallery, London), »Haus« (Kunsthaus Zürich) oder »Halle« (Hamburger Kunsthalle, Kunsthalle Bremen) nennen. Umgekehrt können sich reine Schauräume des Etiketts »Zentrum« (»centre d'art«), »Haus« (Haus der Kunst, München) oder »Halle« bedienen. Gleichwohl hat sich im deutschsprachigen Raum der Sammelbegriff »Kunsthalle« für Institutionen durchgesetzt, die nicht sammeln, sondern ausschließlich zeigen. Zu den frühesten zählen jene von Basel (1872), Budapest (1877), Düsseldorf (1881), Darmstadt (1889), Zagreb (1898), Stockholm (1916), Bern (1918), Helsinki (1928) und München (1937). Ihre Trägerschaft bilden oft im 19. Jahrhundert gegründete Kunstvereine, eine spezifisch bürgerliche Form des Mäzenatentums.[172]

Die Kunstbiennalen, große temporäre Gruppenausstellungen, die in regelmäßigen Abständen am selben Ort durchgeführt werden, können rein äußerlich als temporäre reine Schauräume betrachtet werden (»Biennale« fungiert als Sammelbegriff für alle in einem festen Rhythmus durchgeführten Gruppenschauen, also auch Triennalen, Quadriennalen usw.).[173] Doch unterscheiden sich diese Veranstaltungen insofern deutlich von Kunsthallen, als sie zumeist explizit international ausgerichtet sind (eine der wenigen Ausnahmen ist die Whitney Biennial in New York, seit 1932). Vor allem aber waren die ersten Gründungen als politische und weltanschauliche Instrumente der nationalen Profilierung zur internationalen Vernetzung konzipiert, deren Programm durch die beschickenden, finanziell beteiligten Staaten mitbe-

170 Becker 2008 [1982]: 117 (»final repository«); Sheehan 2000: 3 (»promise of permanence«).
171 Vgl. Palmer 2012.
172 Vgl. Behnke 2001.
173 Vgl. Buchholz 2013: 60–72; Bydler 2004: 83–157; Sassatelli 2016; Vogel 2010.

stimmt wurde. Begründet wurde dieses Ausstellungsformat 1895 im Königreich Italien mit der Biennale di Venezia.[174] Im Jahr darauf fand in Pittsburgh, Pennsylvania, erstmals die von einem Industriellen und Philanthropen initiierte Carnegie International statt. 1951 rief ein italienisch-brasilianischer Industrieller die Bienal Internacional de Arte de São Paulo ins Leben, und 1955 fand erstmals die (anfangs quadriennal, nun alle fünf Jahre ausgerichtete) Documenta in Kassel statt. Doch erst mit dem Ende des Kalten Krieges und parallel zur Expansion der Messen hat das Biennalewesen eine eigentliche Proliferation erfahren. Weil es die peripheren Regionen des Feldes stärker inkludiert, wird es mehr noch als das Messe- und Auktionswesen mit »Globalisierung« assoziiert.[175] 1989 noch knapp dreißig an der Zahl – darunter New Delhi (1968), Sydney (1973), Münster (1977), Havanna und Kairo (1984) und Istanbul (1987) –, sollen es mittlerweile über sechzig sein.[176] Hinzugekommen sind unter anderem Lyon (1991), Johannesburg (1995), Gwangju (1995), Dakar, Shanghai und die mobile europäische Manifesta (1996), Berlin (1998), Taipei (1998), Liverpool (1999), Moskau (2005) und Singapur (2006). Eine Kunstzeitschrift zählte 2013 rund 150 »internationale Großausstellungen«; eine weitere Schätzung liegt bei zweihundert.[177] Ähnlich wie der Salon de Paris im 19. Jahrhundert[178] validieren insbesondere die prominentesten Biennalen, zuvorderst Venedig, als quasi informelle Akademien künstlerische Positionen symbolisch bzw. attestieren ihnen Legitimität. Die schiere Fülle der präsentierten Kunst rückt die Biennalen trotz konzeptioneller bzw. programmatischer Ansprüche in die Nähe der Messen.

Auch bezüglich der Biennalen scheint unter den meisten im Rahmen dieser Studie interviewten westeuropäischen und nordamerikanischen Galeristinnen und Galeristen ein Konsens darüber zu bestehen, wo eine Beteiligung der betreuten Künstler erstrebenswert ist und sich Investitionen in neue Produktionen lohnen (Venedig und Kassel) und welche der Biennalen sich allenfalls für die Entdeckung erfolgversprechender neuer Künstler anbietet (Venedig und Kassel). Dieser leicht zugespitzte Befund (für amerikanische Kunst ist die Whitney Biennial dazuzurechnen) lässt sich auf die verbreitete

174 Vgl. Alloway 1969: 15–18, 30–55; Bydler 2004: 100–110; Sassatelli 2016: 5–9; Vogel 2010: 22–32.

175 Vgl. Bydler 2004; Vogel 2010: 62–73.

176 Larissa Buchholz zählt 1980 vier und 2005 fünfzig Biennalen (Buchholz 2008: 219), Sabine B. Vogel über 150, zudem von 1895 bis 2008 89 Biennale-Gründungen, davon bloß 17 bis in die 1970er Jahre bzw. nur 28 bis in die 1980er Jahre (Vogel 2010: 6, 118f.).

177 *Kunstforum international*, Bd. 219, S. 34; Fleck 2013: 13.

178 Quemin 2002: 66f.

Einschätzung zurückführen, dass abgesehen von der stets willkommenen Publizität der günstige Einfluss dieser Positionierungsweise fraglich (geworden) ist oder sich nicht einstellen kann, weil sich das Biennalewesen zu den weihenden, d. h. symbolisches Kapital stiftenden, Institutionen weitgehend peripher verhält oder sozusagen auf einer anderen Umlaufbahn entfaltet: »That's a whole other industry, the whole biennial curating thing. You know, it's another whole avenue that sometimes – sometimes – intersects with galleries, but not necessarily« (Interview Frances Avery, 2010). Folglich gilt es für diese Londoner Galeristin, illusorische Erwartungen der Künstler zu dämpfen:

> You have no idea how often artists think that this will be life-changing for them, to be invited to Venice, to be invited to the Whitney Biennial […]. I feel that they get the most depressed when they see that there's *nothing* interesting that comes out of these things, necessarily, because they're like beauty pageants. There's *one* winner, two winners, there's a runner-up, there's hundreds of people in these shows and people come out talking about three people […] (Interview Frances Avery, 2010).

Diese Kritik einer heteronom inspirierten, »profanen« Logik des (Schönheits-)Wettbewerbs gibt die Tendenz unter Galeristen wieder, ihren Zweifel am Nutzen des Biennalewesens mit dessen Diskreditierung zu verknüpfen.

Eine andere Galeristin argumentiert historisch und sieht seit den 1980er Jahren eine Verlagerung der Deutungsmacht: »Viel bedeutender ist es jetzt wirklich, dass man in den richtigen Galerien ist, dass man in den richtigen Sammlungen ist und immer im Gespräch bleibt. […] Früher, wenn man so vor zwanzig Jahren gesagt hat, ›Documenta-Künstler‹, das war eine Auszeichnung« (Interview Ida Haufler, 2007). Wie bei den Messen führt die Quantität (Zahl der Ausstellungen, Masse der Kunstwerke) zu einem Saturierungseffekt, der aus der Perspektive der Galerien den Nutzen eines Auftritts relativiert. Eine Galeristin erläutert: »Aber dadurch, dass die Biennalen überall auf der Welt Gemischtwarenläden sind, […] selbst die Venedig-Biennale, die immer die bedeutendste war, […] also, das ist nicht mehr so, wenn ein Künstler den Pavillon hat des Landes, dass es – klar hilft das etwas, aber so wahnsinnig auch nicht« (Interview Marie Feldmann, 2007). Wenn private Sammler wie die Rubells junge Künstler kauften oder in ihren Museen ausstellten, könne dies mittlerweile ähnlich konsekrierend wie die Selektion für eine Biennale wirken, erklärt die Galeristin weiter. Dass der einzige Galerist im Sample, der dem Biennalewesen kategorisch eine große Wirkung attestiert, gerade zu den jüngsten zählt, ist wahrscheinlich strukturell bedingt. »Art dealers work very hard to kind of stay in touch with these curators because these kinds of exhibitions can really make an artist's career. I mean,

the artists really want representation in biennials. It's such a huge stage for what they do« (Interview Emmett Cole, 2010). Für weniger etablierte Galerien und Künstler ist das Ausstellungsformat der Biennale offensichtlich sehr wohl eine wichtige Positionierungsoption. »If an artist is represented by a biennial«, so derselbe Galerist weiter, »they get a lot of attention and their market increases, the value of their work becomes established. […] it's rare that a biennial is celebrated as a kind of critically meaningful moment, but it has a huge market.«

Die Diagnose vom maßgeblichen Einfluss privater Akteure (die Rubell Family Collection wird seit 1993 in Miami präsentiert) verweist einerseits auf eine strukturelle Veränderung im Kunstfeld und andererseits auf die implizite Dichotomie eines (europäischen) Deutungsmusters, das den Finanzierungsmodus von Museen und Schauräumen in den USA ausblendet. Nichtkommerzieller Zweck und öffentliche Zugänglichkeit einer »Institution« können nicht mit »öffentlich« bzw. »staatlich« gleichgesetzt werden. In den USA, einem der Zentren des Feldes, spielen Mittel der öffentlichen Hand in Form von Werkaufträgen, Stipendien oder subventionierter Infrastruktur in der Kulturförderung und -vermittlung eine vergleichsweise bescheidene Rolle.[179] Das ökonomische Kapital, insbesondere der Museen, hängt erheblich von privaten Sammlern bzw. Mäzenen ab, die auch in den Lenkungsgremien sitzen und beträchtlichen Einfluss auf die Bestückung der Sammlungen ausüben.[180] The Museum of Modern Art in New York, das über ein Jahresbudget von rund 157 Million Dollar verfügt und dessen Konsekrationsmacht im Bereich der Gegenwartskunst vermutlich von keinem anderen Museum übertroffen wird, weist beispielsweise für die Rechnungsjahre 2010 und 2011 keine öffentlichen Zuwendungen aus. 2009 betrug ihr Anteil an den Einkünften gerade einmal 0,17 Prozent (für außerordentliche Investitionen in die Infrastruktur kann das Museum jedoch auf die Erträge aus Fonds zurückgreifen, die auch vom Staat und von der Stadt New York alimentiert worden sind).[181] Die Räumlichkeiten amerikanischer Museen (Gebäudeflügel, Abteilungen, Kabinette usw.) sind fast ausnahmslos mit den Namen von Stiftern versehen. Dies ist Ausdruck einer angelsächsischen Tradition der privaten Philanthropie, die in der Doktrin des ökonomischen Laissez-faire begründet ist. Kunst galt lange Zeit als Privatsache und staatliche Aktivitäten

179 Becker 2008 [1982]: 117–119; Crane 1987: 6.

180 Deshalb hatte der Konkurs der Investment-Bank Lehman Brothers 2008 für amerikanische Museen unmittelbare Konsequenzen. Vgl. z. B. Zeitz 2008.

181 The Museum of Modern Art 2011: 2, 12.

im Feld der kulturellen Produktion bedurften einer wirtschaftlichen und/oder sittlichen Rechtfertigung.[182]

Diesbezüglich am anderen Pol situiert sich Frankreich, wo das staatliche Mäzenatentum in einer doppelten – monarchischen und jakobinischen, etatistischen und zentralistischen – Tradition steht und staatliche Intervention unter Berufung auf das Gemeinwohl legitimiert wird. Die Sichtbarmachung – genauer: Zurschaustellung – privater Wohltätigkeit im Feld der Kunst hat inzwischen auch Europa erfasst. Neben das traditionell diskrete Mäzenatentum, das sich in der Gestalt von Dauerleihgaben oder (oft testamentarisch verfügten, posthumen) Schenkungen an bestehende Museen manifestierte, ist vermehrt die Repräsentation des sozialen Status zu Lebzeiten der Sammler getreten.[183] Stärker als ältere Generationen operieren diese gemäß dem Prinzip des *do ut des* in der Antizipation einer Gegenleistung – der gesellschaftlichen Anerkennung im Tausch für den öffentlichen Zugang zur privaten Sammlung. Im Einklang mit einem internationalen Trend sind im deutschsprachigen Raum seit den 1990er Jahren so viele vollumfänglich privat finanzierte Museen und Schauräume gegründet worden wie nie zuvor. Alleine seit der Jahrhundertwende sind rund vierzig solche international rezipierte »öffentliche Privatsammlungen« (Ridler), die vorwiegend zeitgenössische und Gegenwartskunst präsentieren, entstanden.

Die spätestens seit den 1990er Jahren infolge der schrumpfenden Ankaufsetats notorisch schwächere finanzielle Ausstattung staatlicher Institutionen regte manche zu der These an, dass sich die Konsekrationsmacht hin zu den privat geführten Museen verlagert hat. Eine solche Diagnose erstaunt insofern, als der Eingang eines Werks in eine Museumssammlung seine kunsthistorische Kanonisierung zwar präjudiziert (oder zumindest die Wahrscheinlichkeit einer solchen erhöht), gleichwohl aber gemäß dem feldspezifischen Deutungsmuster der Nobilitierung qua Dauerhaftigkeit erst die zeitliche Distanz darüber Auskunft geben kann, ob ein Werk ins Repertorium der Kunstgeschichte aufzunehmen ist oder nicht. Die Volatilität privater Sammlungen – von der Freiheit herrührend, mit der eine Privatperson darüber verfügen kann – wirft zudem die Frage auf, ob »öffentliche Privatsammlungen« bei allem ökonomischen Kapital, das ihnen eignet, sich vom Verdacht der Interessiertheit auf Dauer befreien und tatsächlich jene Deutungsmacht entfalten können, die sie in eine ähnliche Position wie öffentli-

182 Vgl. Crane 1987: 6f.; Heilbrun/Gray 2006 [2001]: 250–307; Moulin 1992: 98f.; Zolberg 2018.

183 Vgl. Grasskamp 1981: 95–98; Horowitz 2011: 15f.; Ridler 2012: 9f., 12–14, 61–100.

che öffentliche Sammlungen bringt, jene Kategorie Institution, die eher für eine kollektiv ausgehandelte – und insofern »objektive« und folglich verbindlichere – Weihe bürgt.

Aus der Funktion der reinen Schauräume (zuständig für die Gegenwart) und Museen (zuständig für die Geschichte) müsste folgen, dass die institutionelle Rezeption von Gegenwartskunst in ersteren eingeleitet wird, welche die neuesten Positionen zeigen. Diese Arbeitsteilung hat nach dem Zweiten Weltkrieg einer Kumulierung von Funktionen durch die Akteure Platz gemacht. Bis in die Nachkriegszeit waren noch private Sammler die Hauptabnehmer von Gegenwartskunst. Doch mit der Verbreitung des wohlfahrtsstaatlichen Modells in Westeuropa begannen in größerem Umfang öffentliche Mittel in die Produktion, den Erwerb und die Vermittlung von Gegenwartskunst zu fließen und eine Veränderung in der Nachfrage zu bewirken. Die Museen intervenierten, zusätzlich zu ihrer angestammten Domäne (Kanonisierung, Verwaltung der Geschichte bzw. eines kulturellen Erbes), aktiv im Markt für Gegenwartskunst und büßten so ihre Autonomie gegenüber den heteronomen bzw. Marktkräften ein. Funktionale Polyvalenz der Akteure einerseits und gesteigerte Interdependenz andererseits kennzeichneten fortan das Verhältnis zwischen musealen Institutionen und Kunstmarkt. Im Unterschied zu Europa, wo in den 1970er und 1980er Jahren führende staatliche Institutionen für die Förderung von Gegenwartskunst eine sehr wichtige Rolle spielten, stießen neue Positionen in Nordamerika in den 1960er und 1970er Jahren vornehmlich bei regionalen, Betriebs- und vor allem bei alternativen Museen auf Interesse.[184]

Mit der stärkeren Fokussierung der Museen auf Gegenwartskunst seit den 1960er Jahren agierten deren Kuratoren – schon vor der starken Verbreitung von Biennalen und dem Aufstieg des »freien« Kurators ab den 1980er Jahren – vermehrt an der Schnittstelle von künstlerischem und ökonomischem Feld. Entsprechend ist für den Kuratorenberuf, dessen ursprüngliche Funktion in erster Linie jene des Verwalters kanonisierter Kunst war, die direkte Interaktion mit dem Künstler wichtig geworden. Gerade in einem von spekulativen Praktiken gekennzeichneten Markt können Museen daran interessiert sein, neue Werke möglichst rasch zu erwerben, bevor sie nicht mehr erschwinglich sind – was wiederum am Markt als Validierung interpretiert wird und die Preis- und Reputationsspirale beschleunigt. Sowohl der Primärmarkt (besonders mächtige Galerien) als auch das Subfeld der nichtkommer-

184 Crane 1987: 130; Moulin 1992: 63.

ziellen Institutionen (besonders mächtige Kuratoren) werden von Oligopolen dominiert, die künstlerische Positionen durchsetzen können. Die seit den 1980er Jahren sich häufenden, von mehreren Museen koproduzierten und ausgerichteten Ausstellungen sind hierfür ein Indiz.

Die von der Kunstkritik geleistete diskursive Vermittlung hat im Verlauf der 1970er und 1980er Jahre zugunsten der Inszenierung von Kunst durch den Kurator, der sich primär als »Mitautor eines Gesamtkunstwerks«[185] begreift, an Einfluss verloren. In seiner ursprünglichen Rolle noch dem Entdecken und der streitenden Reflexion verpflichtet, mutierte der Kritiker gewissermaßen zum freischwebenden Kurator, der spätestens seit den 1980er Jahren häufig sowohl in einem Konkurrenzverhältnis zu den Museumskuratoren steht als auch als eigentlicher Agent von Künstlern oder Galerien, Berater von Sammlern oder als Experte für Auktionshäuser fungiert und die neuere Polyvalenz der Feldakteure schlechthin verkörpert. Der Soziologe Heinz Bude fasst diesen Wandel in die Formel der »Ineinssetzung von Kurator und Kritiker«, deren Funktionen arbeitsteilig gewesen waren: »Der Kurator oder die Kuratorin ist Verwalter/in des Pantheons, denn er/sie vertritt die Position des Museums, der Hierarchie und der Tradition. Der Kritiker oder die Kritikerin dagegen will den Streit unter den Zeitgenossen, er/sie äußert sich in Zeitungen und Zeitschriften (heute womöglich in Blogs), interveniert polemisch und pocht auf Aktualität. […] Die Geschichte in Tradition zu verwandeln ist etwas anderes, als der Gegenwart eine Richtung zu geben.«[186] Die Fusion der beiden Rollen und die Einbuße an Deutungsmacht des reinen Kritikers ist aufs Engste mit der territorialen Expansion des Feldes verbunden, deren Ausmaß von seinen Akteuren schematisch als entgrenzende »Globalisierung« registriert wird. Bude erläutert dazu weiter:

Der ›Curator's Moment‹ schlug mit der Biennalisierung eines die Peripherie ins Zentrum holenden, globalen Ausstellungswesens (Kassel, Johannesburg, Venedig oder Istanbul) zu, die zu einer Pluralisierung von Themen, Formaten und Medien führte. Die Unübersichtlichkeit des Feldes verlangte die Subjektivität der Auswahl. Der sich durchsetzende Wechsel von der huldigenden Individual- zur problematisierenden Kollektivpräsentation brachte die Zentrierung um ein Starsystem von Kuratoren und

185 Timm 2011; vgl. auch Kennedy 2012. Vgl. zur Frage der Marginalisierung bzw. Einbuße an Legitimationsmacht der Kunstkritik Graw 2012a: 200–205; Müller-Jentsch 2013: 559–563; Wuggenig 2012b.

186 Bude 2012: 109.

Kuratorinnen mit sich, die die Welt über ihre ›individuellen Mythologien‹ (Harald Szeemann) für das große Publikum lesbarer machten.[187]

Szeemann (1933–2005), der sich zunächst in den 1960er Jahren als Direktor der Kunsthalle Bern bis zu seinem Rücktritt protesthalber 1970 mit einer Reihe von Gruppenausstellungen einen Namen machte (die letzte und bekannteste hatte den Titel »When Attitudes Become Form. Works – Concepts – Processes – Situations – Information«), inkarnierte den sendungsbewussten »Ausstellungsmacher« prototypisch. Bezüglich der Genese dieser Berufspraxis sprechend ist seine Selbstbezeichnung als »freier Konservator ohne Haus«[188] (sein Einmannunternehmen hieß Agentur für geistige Gastarbeit). Die mächtigsten zeitgenössischen Kuratoren scheinen aber in der Regel eine feste institutionelle Anbindung bzw. eine Anstellung zu haben, die sie als Basis für Operationen im florierenden Biennalewesen nutzen. Der New Yorker Emmett Cole jedoch, als Galerist, Künstler und Publizist selbst polyvalenter Akteur, sieht den Kurator – in Übereinstimmung mit der These des »Händler-Sammler-Systems«[189] – als im Grunde genommen zudienenden, bloß vermeintlich autonomen Autor und dessen Deutungsmacht als eine tatsächlich fremdbestimmte:

> I remember hearing that in the nineties a lot: the curator was the new artist, you know, the curator star. But I have to say, it's rare that I meet a curator who fits this role […] The guy at the New Museum is an example, Massimiliano Gioni. He's an art advisor and a curator star, a kind of a hot shot. He's like kind of a diva curator at the New Museum. But he's following the collectors that he works for so closely. Almost everything that he curates is somehow connected to the market that he's helping, that he's advising, really Dakis' private collection. I mean, it seems that almost every show he does presents an artist from Gavin Brown Enterprises […]. So I don't know where the job of curating actually comes in there (Interview Emmett Cole, 2010).

Die Londoner Galeristin Frances Avery diagnostiziert eine von Aspirationen auf Sozialprestige und Statuskalkül genährte Mode als dysfunktionale Erscheinung, die dem Feld tatsächlich benötigtes Fachpersonal wie etwa kompetente Archivare vorenthält, zeichnet dabei jedoch ein Anforderungsprofil des Kurators, das sich mit dem Selbstverständnis vieler seiner Vertreter

187 Bude 2012: 115.
188 Müller 2006: 28.
189 Graw 2008: 128–132.

vermutlich weitgehend deckt (kunsthistorische Expertise, Originalität, Affinität zum Künstler) und in dem nur das Künstler-Motiv fehlt:

Everybody wants to be a curator. What does it mean? Nothing. In terms of also the idea that this is something you can train to be. A good curator is someone who knows how to juxtapose things in an interesting way […], one who can combine things in an interesting way and say something that's new or fresh *or* interesting. Someone who has a historical perspective, that's another kind of the traditional kind of curator. And those seem not to have much of a voice right now. Someone who has a really amazing art historical base, who's curating, you don't see that very much. And someone who has a particular ability with artists as well (Interview Frances Avery, 2010).

Die zentrale Funktion des mehr oder weniger freischwebenden Kurators für die Produktion, Rezeption und Validierung neuer Kunst scheint gleichwohl unbestreitbar.[190]

3.4 »Globalisierung«

3.4.1 Entgrenzung und Exklusion

Der Begriff »Globalisierung« ist rasch zur Hand, wenn es um die Beschreibung der Transaktionen und Kooperationen innerhalb des Kunstfeldes geht oder um die Analyse des Selbstverständnisses von dessen Akteuren. Mit Blick auf die Bedingungen der Berufspraxis des Galeristen stellt sich deshalb die Frage, wie stark die Geschichte des Kunstfeldes und insbesondere die Veränderungen seit den 1980er Jahren in eine solche Richtung weisen und wie weit sie vorangeschritten sind.[191] In Abgrenzung zu älteren, kritischen und konflikttheoretischen Ansätzen dominieren im neueren akademischen Globalisierungsdiskurs die Konzepte der Dezentrierung, Deterritorialisierung und Interdependenz. Den verschiedenen Feldern werden je spezifische Entwicklungsmuster und divergierende Grade der Globalisierung zugeschrieben, wobei die Ursprünge in der Regel im Zusammenhang mit der Ende des 15. Jahrhunderts beginnenden europäischen Kolonialisierung anderer Kontinente gesehen werden. Die dabei aufgeworfenen Fragen des Eurozentrismus

190 Vgl. Graw 2012b.
191 Vgl. Wuggenig 2005: 24–32; Wuggenig 2003.

und des Exzeptionalismus der Deutungsperspektiven, genauso wie jene nach den darin aufscheinenden konkreten Machtverhältnissen, berühren unmittelbar auch die Frage der Dynamik innerhalb des Kunstfeldes – und insofern auch jene nach der adäquaten Generierung von empirischem Material für diese Untersuchung. In der kulturwissenschaftlichen und kunsttheoretischen Literatur wird häufig die Position vertreten, dass das Kunstfeld besonders ausgeprägt globalisiert sei.[192] Doch bereits in den 1970er Jahren wurde die Globalisierungsthese im Rahmen von Theorien des »kulturellen Imperialismus« als Mythos kritisiert, der Exklusionen des Kunstfeldes ausblende und die scheinbar globale als eine in der Tat partikulare Kultur entlarvt. Der britische Künstler Rasheed Araeen etwa wandte sich damals gegen den Begriff »international« und sprach von »transatlantischer« Kunst.

Die Terminologie, der sich seine Akteure bedienen, gibt Auskunft über die Selbstwahrnehmung des Kunstfeldes und die Konstitution seines Gegenstandes. Schon bevor sich »Globalisierung« als Begriff für den transnationalen und -kontinentalen Waren- und Personenverkehr und die Rezeption im Feld eingebürgert hatte, war spätestens seit den 1960er Jahren von »internationaler zeitgenössischer Kunst« die Rede. Das rezipierte Kunstwerk konstituiert sich in dieser Wahrnehmung qua geografisch uneingeschränkter Mobilität und einer Reputation, die sich erst jenseits des lokalen oder regionalen Zuspruchs überhaupt einstellt. In der vornehmlich durch Kritiker und Kuratoren artikulierten Binnenwahrnehmung hat sich nun seit Mitte der 1980er Jahre eine Öffnung hin zu nicht-okzidentaler, nicht-»transatlantischer« Kunst vollzogen, die diese innerhalb kurzer Zeit extrem sichtbar gemacht hat.[193] Als Indikatoren für eine sich intensivierende Globalisierung gelten die zunehmende Mobilität der Künstler, die vermehrte Präsenz nicht-westlicher Kunst im Westen, speziell die stärkere Beteiligung nicht-westlicher Künstler an Biennalen, und die institutionelle Ausweitung des Feldes über Westeuropa und Nordamerika hinaus. Der Grad der Mobilität korreliert mit einem internationalen Arbeitsmarkt für Künstler und Kuratoren, alimentiert durch Residenz- und Austauschprogramme und Privilegien im Kontext von generell ausgesprochen restriktiven (und zunehmend restriktiveren) Migrationsgesetzgebungen. Ferner mehren sich seit den 1990er Jahren Kunstinstitutionen außerhalb des Okzidents (Museum of Contemporary Art Tokyo, 1995; Moscow Museum of Modern Art, 1999; MOCA Taipeh, 2001; M+, Hong-

192 Wuggenig 2005: 27f.

193 Wuggenig 2005: 32–43.

kong, voraussichtlich 2019), wohin sich auch Expansionsbestrebungen westlicher Institutionen richten (Guggenheim Abu Dhabi, in Planung; Louvre Abu Dhabi, 2017). Affirmativ wird in vielen Texten von Kunstfeldakteuren auf die räumliche Ausdehnung sozialer Beziehungen, die größere Dichte der Interaktionen und die interkulturelle Durchdringung hingewiesen.[194] Kritiker solcher Diagnosen von Inklusion und Partizipation konstatieren insbesondere, dass die wenigen Künstler, die nicht aus Nordamerika oder Europa kommen und international ausstellen, nach wie vor nicht primär als individuelle Künstler, sondern nur als Vertreter eines kulturellen oder territorial verortbaren Kollektivs Anerkennung finden. So hält die Soziologin Larissa Buchholz fest: »Häufig werden Künstlerinnen und Künstler aus nichtwestlichen Kontexten auf der Basis von ›Ethnizität‹ in partikularistischer Weise eingestuft und unterstützt. Dies führt letztlich zu ihrer Ghettoisierung.«[195]

3.4.2 Konzentrationen

Es gibt nur wenige empirische Untersuchungen zu der vorwiegend theoretisch und essayistisch verhandelten Frage nach dem im Kunstfeld herrschenden Grad von Inklusion. Die zuverlässigsten Anhaltspunkte zur Verortbarkeit von Deutungs- und ökonomischer Macht liefern Arbeiten, die einen quantitativen Zugang wählen. Entgegen der unter seinen Akteuren weit verbreiteten Auffassung eines hochgradig entgrenzten Feldes zeichnen sie ein »krasses Bild der Exklusion«[196] und kehrseitig dazu dasjenige einer ausgeprägten territorialen Konzentration. Im Fokus stehen dabei der Zusammenhang zwischen der Sichtbarkeit von Künstlern und ihrer geografischen Herkunft sowie der Zusammenhang zwischen der Präsenz von Galerien auf den wichtigsten Kunstmessen und dem Geschäftssitz der Galerien. Herangezogen wird hierfür unter anderem der *Kunstkompass*. Diese 1970 bis 2007 bzw. 2008 bis 2014 jährlich in den deutschen Zeitschriften *Capital* bzw. *Manager Magazin* und seither in verschiedenen Magazinen erscheinende Rangliste der 100 weltweit anerkanntesten lebenden Künstler beansprucht, das symbolische Kapital von Künstlern zu ermitteln, und bildet solche Zusammenhänge

194 Wuggenig 2003.
195 Buchholz 2008: 225.
196 Wuggenig 2003. Vgl. dazu auch Buchholz/Wuggenig 2005; Buchholz 2008: 221f.; Sassatelli 2016: 13f.; Schultheis u. a. 2016: 20–23; van Hest 2015.

ab.[197] Diese Rangliste kommt gestützt auf Einschätzungen von Akteuren mit Konsekrationsmacht zustande. Deshalb ist davon auszugehen, dass eine solche statistische, intersubjektiv weitgehend nachvollziehbare Erhebung eine symbolisch validierende Wirkung entfaltet und die ökonomische Bewertung beeinflusst. Dies dürfte gerade auf spekulativ motivierte Sammler und/oder auf solche mit bescheidenem kulturellem Kapital zutreffen. Solche a priori heteronom determinierten Deutungs- und Handlungsmuster beschreibt eine Galeristin als exotisches Phänomen:

> Und diese Klientel, die am Auktionshaus Kunst kauft, das ist eher eine Klientel wie an der Börse. Und die sehen Sie ganz selten in den Galerien. Die sehen Sie höchstens an der Art Basel oder an der Miami Beach. Aber auch dann kommen ja diese Leute mit dem *Capital* oder mit irgendeinem Kunst-Rating laufen sie herum und schauen, welche Galerie hat jetzt einen von diesen unter den ersten fünf Plätzen, und gehen so in eine Galerie. Und die sehen Sie nachher nie mehr (Interview Vera Seiler, 2007).

Doch weil deutungsmächtige Akteure an der Konstruktion des Bewertungsinstruments *Kunstkompass* beteiligt sind, können diesbezügliche Kenntnisse und die Erhebung der Herkunftsländer der Künstler helfen, Zentren und Peripherien der Kunstproduktion und -vermittlung zu lokalisieren. Den als wichtig eingestuften Ausstellungen (Biennalen) und Museen bzw. Schauräumen werden ihrer Reputation entsprechend Punkte zugeteilt. Die Akteure, die diese Hierarchie symbolischen Kapitals erzeugen, zählen zu den prominentesten Kuratoren und Sammlern, die in den Zentren des Kunstfeldes in Westeuropa und den USA wirken. Dann werden die Künstler ermittelt, die an den ausgewählten Orten am häufigsten ausstellen. Die Aufsummierung der pro Land verteilten Punkte ergibt eine Dominanz der USA und Deutschlands, vor den Niederlanden, der Schweiz und Italien, Frankreich, Großbritannien und Dänemark.[198] Noch vor der Auswertung der eigentlichen Rangliste des *Kunstkompass* werden folglich Zentren des Feldes manifest.

Globalisiert wäre das Kunstfeld, wiese es eine »hohe Entropie der sozialräumlichen Rekrutierung der Akteure, die wichtige Positionen im Kunstfeld

197 Quemin 2002: 45–66; Wuggenig 2003: Endnote 35.

198 Quemin 2002: 46f., 49–51. Die deutschen Institutionen und Gruppenausstellungen in Deutschland kumulieren bei weitem am meisten symbolisches Kapital. Von den 1983 ausgewählten 46 Gruppenausstellungen (worunter die Documenta am meisten Punkte erhielt) fanden genau drei (6,5 Prozent) weder in Europa (25) noch in den USA (18) statt. Im selben Jahr wurden 19 europäische und elf US-amerikanische Museen berücksichtigt. 1999 führte ein veränderter Indikator zu ähnlichen Ergebnissen.

einnehmen«,[199] auf. Ein sich globalisierendes Kunstfeld ließe einen Zuwachs einer solchen Entropie erkennen. Jedoch ergibt die Analyse der *Kunstkompass*-Ausgaben, dass der summierte Anteil aller nicht aus Nordamerika oder Europa stammenden Künstler sich Anfang der 1970er Jahre auf rund 8 Prozent belief und 11 Prozent nicht überschritt (2002 und 2003). Mitte der 1970er Jahre setzte diesbezüglich gar ein rückläufiger Prozess ein, der sich erst in den 1990er Jahren wieder umkehrte. Für die Zeit von den 1970er Jahren bis über die Jahrhundertwende hinaus vermittelt die Analyse demnach statt des Bildes eines sich vermeintlich global dezentrierenden Kunstfeldes dasjenige einer anhaltend polaren Struktur.[200] Seit 1978, als sie mit fast der Hälfte der Künstler im *Kunstkompass* vertreten war, hat US-amerikanische Kunst einen relativen Bedeutungsverlust erfahren und ist auf einen Anteil von rund einem Drittel geschrumpft. Hingegen hielt die Kunst aus den EU-Ländern mit Anteilen um 50 Prozent ihre ausgesprochen starke Position. Das im *Kunstkompass* augenfällig hervortretende Zentrum des Kunstfeldes besteht trotz einer leichten Abschwächung der extrem hohen Konzentration seit den späten 1960er und frühen 1970er Jahren unverändert aus den USA und der Europäischen Union, genauer besehen, aus der Dyade USA–Deutschland.[201] Doch selbst eine solche Betrachtung unterschätzt die territoriale Konzentration. Auch die Mehrzahl der erfassten nichtwestlichen Künstler lebt und arbeitet in den Kunstmetropolen Westeuropas und der USA, zuvorderst New York und London, Paris, Köln und Berlin. Jene, die im Zentrum angekommen sind bzw. sich da einen Ruf erarbeitet haben, erreichten dies in der Regel nicht über Galerien aus ihren Herkunftsregionen, sondern über große US-amerikanische oder europäische Galerien.[202] Die Ermittlung des durchschnittlichen Marktpreises der im *Kunstkompass* verzeichneten Künstler zeigt, dass auch das Verhältnis von Marktwert und institutioneller Anerkennung abhängig von ihrer Herkunft ist: »For while aesthetic quality is linked to nationality, so is the way that quality translates into market value.«[203]

Die Arbeiten Alain Quemins zur Position von Ländern und Weltregionen im Kunstfeld weisen ebenfalls auf eine Dominanz des Nordwestens

199 Wuggenig 2003.

200 Quemin 2006: 530–538; Quemin 2002: 45–66. Anhand der Zahl Künstler pro Land lässt sich trotz der unverändert deutlichen Dominanz ein Rückgang der US-amerikanischen und eine starke Zunahme deutscher Künstler feststellen.

201 Wuggenig 2005: 44–53.

202 Vgl. Baia Curioni u. a. 2015: 66; Buchholz 2008: 224; Moulin 2003 [2000]: 107.

203 Quemin 2006: 537; vgl. auch Quemin 2018.

(Westeuropas und Nordamerikas) hin.[204] An der Peripherie des Feldes hat sich »Globalisierung« vor allem als Gründungen von Biennalen manifestiert, die meist seit den 1980er Jahren entstanden sind. Der stärkeren Streuung der Biennalen scheint ein (allerdings nur leicht) größerer Inklusionsgrad ihrer Programme zu entsprechen. Abgesehen vom Vordringen des Messewesens nach China konzentriert sich dieses weitestgehend auf die historisch zentralen Territorien des Feldes. 2007 fanden 22 Prozent dieser Verkaufsausstellungen in den USA statt, 12 Prozent in Großbritannien und je 6 Prozent in weiteren europäischen Ländern (insgesamt 52 Prozent) sowie in der Volksrepublik China. Obschon für Messen tendenziell gilt, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der Vielfalt der Provenienz der Aussteller und dem Prestige einer Veranstaltung besteht, dominiert an der wichtigsten Messe eine kleine Zahl europäischer Länder gemeinsam mit den USA.[205] Dass die amerikanisch-europäische Hegemonie im Zentrum des Feldes anhält und der Inklusionsgrad höchstens moderat zunimmt, verrät ein Blick auf die Art Basel in den Jahren 2005 bis 2012: Der Anteil westlicher Künstler geht nur geringfügig zurück, jener der teilnehmenden westlichen Galerien noch weniger.[206] Trotz der überragenden – und ökonomisch konkurrenzlosen – Position New Yorks und der Stärke der USA insgesamt, spielen europäische Museen und Biennalen eine zentrale Rolle. Für die künstlerische Reputation sind Deutschland und die USA maßgebend; wobei New York den Ruf eines eher konservativen Ortes hat, an dem vor allem arriviertere Künstler Aussicht auf die Akkumulierung zusätzlichen Kapitals haben. Insgesamt sind im Zentrum des Kunstfeldes folglich nach wie vor lediglich schwache Inklusionstendenzen zu konstatieren. »Die realistische Chance, in die globale Geschichte der Kunst des 20. oder 21. Jahrhunderts einzugehen, ist systematisch abhängig von territorialer Herkunft und angesichts der hohen Korrela-

204 Als Indikatoren fungierten *Kunstkompass*, Biennalen und Messen, Marktwert von Künstlern, Wechselausstellungen in prominenten Institutionen, Ankäufe öffentlicher Sammlungen. Vgl. Quemin 2001; Quemin 2002: 23–44, 66–96, 101–104; Quemin 2006: 538–541; Quemin 2008; Quemin 2012.

205 2000 stellten Deutschland, die USA, die Schweiz, Frankreich, Grossbritannien und Italien an der Art Basel zusammen 80 Prozent (und die ersten drei dieser Länder alleine über die Hälfte) der Aussteller. Vgl. Quemin 2002: 104–110.

206 Von 2005 bis 2012 nimmt der Anteil der präsentierten westlichen Künstler von 85,5 auf 79,1 Prozent ab. Bei den nach 1965 geborenen Künstlern ist dieses Verhältnis weniger ausgeprägt; hier liegt der Anteil bei 78,5 (2005) bzw. 72,7 Prozent (2012). Die westlichen Galerien machen 94,1 (2005) bzw. 92,4 Prozent (2012) der Aussteller aus. Vgl. Baia Curioni u. a. 2015: 65–67.

tion von Territorialität mit Kultur bzw. Ethnizität damit auch sozial äußerst ungleich verteilt. […] [D]ie stärkere Präsenz von Künstler(inne)n aus afrikanischen Ländern […] im westlichen Ausstellungsbetrieb […] von 1990 bis 2004 [war] nicht mit dem unmittelbaren Effekt einer dauerhaften Sichtbarkeit im Zentrum des Kunstfeldes [verbunden].«[207]

Auch im Bereich des Auktions- und Messewesens fand parallel zur Deterritorialisierung des Kunstmarktes, d. h. zur stärkeren Streuung der Orte, an welchen Verkaufsausstellungen und Versteigerungen durchgeführt werden, in den drei Jahrzehnten bis zur Jahrhundertwende eine erhebliche Konzentration auf gewisse Zentren statt.[208] Bei den Auktionen macht alleine der amerikanische Markt fast die Hälfte und der britische ein Viertel des Weltmarktes aus; der dominante Ort ist New York, gefolgt von London und Paris. Die Zentren des Kunstfeldes decken sich auffallend mit den Zentren ökonomischer Macht, da dessen Territorialität in hohem Maße auf die »enge Interdependenz von Kunst und Finanzkapital«[209] zurückzuführen ist. Am sichtbarsten manifestieren sich solche Schwankungen im Auktionswesen. Sie sind dann besonders markant, wenn Kunst vor dem Hintergrund einer Börsenhausse (z. B. 1987 bis 1989) und durch laxe Kreditpolitiken von Auktionshäusern und Banken zusätzlich angefacht zum Spekulationsobjekt wird. Solches drückt sich im Auftreten neuer Akteure aus anderen spekulativen Märkten (Börse, Immobilien, Werbung u. a.), in einem großen Angebot, in massiven Preisanstiegen und einer beschleunigten Zirkulation der Werke aus, welches die Entkoppelung von symbolischem und ökonomischem Wert von Kunst verstärkt. Schließlich ergibt auch ein Vergleich der Stärke von Finanzplätzen sowie Bruttoinlandsprodukten und Exportergebnissen gewisse Korrelationen mit der Machtstruktur des Kunstfeldes.[210] Global dezentriert ist dieses am ehesten in Bezug auf die Sammler bzw. Käufer von Kunst; für die Durchsetzung neuer künstlerischer Positionen am Markt und insbesondere für ihre institutionelle Anerkennung ist nach wie vor der Nordwesten ausschlaggebend.[211]

207 Wuggenig 2005: 47f.
208 Moulin 2003 [2000]: 81–83.
209 Wuggenig 2005: 52; vgl. dazu auch Moulin 2003 [2000]: 64, 67–71.
210 Quemin 2002: 115–122.
211 Vgl. Buchholz 2008: 221–227; Crane 2015; Schultheis u. a. 2016: 247–255; Velthuis/Baia Curioni 2015: 20–23.

4. Der Galerist als Typus – Berufspraxis und Handlungsprobleme

4.1 Doppeltes Gesicht

Die Funktion des Galeristen ist definiert durch ein auf unbestimmte Dauer eingegangenes Arbeitsbündnis mit einer begrenzten Anzahl lebender Künstler, deren Werke er vornehmlich in kostenlos und öffentlich zugänglichen Einzelausstellungen in eigenen Räumlichkeiten zum Verkauf zeigt. Die Galerie stößt in der Regel sowohl die inhaltliche Erschließung und Vermittlung von Kunstwerken als auch ihre kommerzielle, »warenförmige Zirkulation«[212] an. Das Tätigkeitsprofil, das der Verband der US-amerikanischen Galerien skizziert, hebt die *gatekeeper*-Rolle des Zugänglich- und Sichtbarmachens von Kunst hervor: »[…] providing the means by which artists reach their public and collectors gain access to works of art. Exhibitions by ADAA members provide the first view of new works by both young and established artists and present works by previously neglected artists as well as works by acknowledged masters.«[213] Der Kunsthistoriker Benjamin Buchloh nennt einen weiteren Impuls, den Galerien leisten: die häufig mit der Kommodifizierung zusammenfallende Privatisierung der Kunstwerke, die sie mindestens vorübergehend der kulturellen Öffentlichkeit entzieht.[214]

Im späten 20. Jahrhundert sind neue Schemata der Kunstproduktion aufgekommen, welche die Funktion des Galeristen vornehmlich im Segment der kapitalkräftigsten Galerien verändert haben. Immer öfter hat sich die Berufspraxis solcher Galeristen auf die Werkproduktion im engen Sinn auszurichten, die Investitionen erfordert, wie sie in der Kulturindustrie vorherrschen.[215] Als Produzent stellt der Galerist dem Künstler die Mittel zur Realisierung aufwendiger Projekte bzw. Werke zur Verfügung. Herstellung

212 Oevermann 1997: 84.
213 https://artdealers.org/about/mission (Zugriff: 30. November 2018).
214 Buchloh 2007: 17f.
215 Moulin 2003 [2000]: 144f.

und Vermittlung fallen de facto zusammen und können den Galeristen dazu bringen, mit Blick auf den angestrebten Absatz oder haushälterisch motiviert, verstärkt inhaltlich auf die Kunstproduktion Einfluss zu nehmen; ein Topos, der im autonomen Kunstfeld jedoch höchst wahrscheinlich von Anbeginn präsent gewesen ist, wie aus der Kritik einer Galeristin am Marktgängigen hervorgeht, die feststellt: »Und was ich auch sehe, ist, sogar bei namhaften Galerien, gewisse Künstler, die jetzt extrem Erfolg haben, die aber genau das machen, was der Galerist will« (Interview Andrea Schelbert, 2007).[216] Umgekehrt ist der Galerist vonseiten der Künstler mit einer besonders kostspieligen oder umfangreichen Werkproduktion mit Ansprüchen konfrontiert, deren Befriedigung ausschlaggebend für das Fortbestehen des Arbeitsbündnisses sein kann. Eine Galeristin, die mit sehr wenig Personal auskommt, gibt sich abgeklärt. Es leuchtet ihr ein, dass ein Künstler zu einem Galeristen »wie Iwan Wirth« wechsle, der »sehr viel mehr finanzielle Möglichkeiten« als sie habe. Sie könne Produktionskosten nur in einem bestimmten Umfang tragen, da sonst der Betrieb lahmgelegt würde und die anderen Künstler darunter litten (Interview Vera Seiler, 2007).

Anders als der reine Händler, der die lukrativere und reibungslosere Verwertung etablierter oder kanonisierter Kunst betreibt, hat der Galerist ein doppeltes Gesicht. Er ist gleichzeitig Händler und der Innovation verpflichteter Unternehmer, sowohl Waren- als auch Kunstvermittler. Es sind im Wesentlichen drei strukturelle Handlungsprobleme, mit denen er in seiner Berufspraxis konfrontiert ist. 1. Seine Geschäftstätigkeit ist dauerhaft zur Innovation verpflichtet und darf sich nicht auf den Vertrieb bewährter Produkte beschränken. 2. Das der Innovationsverpflichtung inhärente Risiko wird dadurch zugespitzt, dass sich die Bewertung von Kunst stabilen Kriterien entzieht und folglich der symbolische und ökonomische Profit extrem ungewiss ist. 3. Schließlich muss der Galerist über eine Empfänglichkeit für Kunst – die Leidenschaft, die ihn als Vermittler erst glaubwürdig macht – und zugleich über geschäftliches Kalkül verfügen, das für die erfolgreiche Vermittlung von Kunst ebenso notwendig ist. In Max Webers idealtypische Kategorien des sozialen Handelns gefasst, muss der Galerist die Spannung der Gleichzeitigkeit zweck- und wertrationaler Motive aushalten.[217] Angelegt ist diese dem beruflichen Handeln des Galeristen innewohnende Spannung zwischen zwei (sich keineswegs immer ausschließenden) Logiken so-

216 Vgl. Becker 2008 [1982]: 115.
217 Weber 1972 [1922]: 12f.

zialen Handelns in der dem Feld eigenen »illusio« und den dem Kunstwerk zugeschriebenen Eigenschaften. Diese stellt »die grundlegende Bindung an das, das Grundlegende Verhaftetsein mit dem Spiel« dar, »Anerkennung des Spiels und der Nützlichkeit des Spiels, Glauben in den Wert des Spiels und seines Einsatzes, die alle besonderen Sinn- und Wertstiftungen fundieren«.[218] Darin begründet ist die strukturelle Ambivalenz der Position des Galeristen, die auch den Argwohn erklärt, den seine Tätigkeit bei Künstler und Sammler hervorruft. Oevermann leitet sie her aus der »widersprüchliche[n] Vereinigung von den sich stoßenden Momenten der unternehmerischen Vermarktung, in der formell die Kunst zur Ware wird, und der jeweiligen Einzigartigkeit der Kunstobjekte als je unvergleichlicher geistiger Gebilde, die sich als solche gegen jegliche mit der Vermarktung verbundene Standardisierung sträuben«.[219] Die Ambiguität von nicht rechnender, nicht abwägender Passion auf der einen und kommerzieller Logik auf der anderen Seite findet sich auch in der Architektur der Galerieräumlichkeiten objektiviert. Sie hebt die inhaltliche Vermittlung gegenüber der merkantilen Funktion des Ortes hervor, indem sie den isolierenden *white cube* reproduziert und meistens von den mit der Kommodifizierung im engeren Sinn assoziierten Handlungen separiert, die sich dem Blick des Publikums entzogen in hinteren Räumen abspielen.[220]

Nebst der Ausrichtung der Galerie auf Gegenwartskunst setzt die Mitgliedschaft im schweizerischen Galerienverband einen »regelmässigen Ausstellungsbetrieb mit geregelten Öffnungszeiten« in eigenen Räumen seit mindestens drei Jahren, »keine regelmässigen, staatlichen Subventionen« sowie »hohe Qualitätsansprüche« an das Programm voraus. Außerdem müsse die Galeristin, der Galerist »von einem hohen Berufsethos geprägt sein«.[221] Worin ein solches Ethos bestehen könnte, benennt der deutsche Verband im Zweckartikel seiner Satzung: Der Galerist sei »nicht nur Kaufmann, sondern auch Berater« und erfülle »als Vermittler originaler Kunstwerke auch eine kulturelle Aufgabe«. Das »Verhältnis« zwischen Galerist und Käufer sei folglich »von einem besonders hohen Maß an Vertrauen geprägt«.[222] Bezüglich

218 Bourdieu 2001: 278.

219 Oevermann 1997: 80f.

220 Velthuis 2007: 30–35; O'Doherty 1999 [1976]: 14f.

221 *Statuten des Verbandes Schweizer Galerien vom 3. April 1995*, https://www.artgalleries.ch/fileadmin/documents/Statuten_01.pdf (Zugriff: 30. November 2018).

222 *Satzung des Bundesverbandes deutscher Galerien und Kunsthändler vom 24. Juni 2013*, https://www.bvdg.de/BVDG-Satzung (Zugriff: 30. November 2018). Gemäß der Federation of European Art Galleries Associations (FEAGA) gelten Werke dann als Original,

der Vermittlerrolle präzisiert der deutsche Verband, dass potenzielle Mitglieder nebst der Veranstaltung von jährlich mindestens vier Ausstellungen in eigenen Räumen während dreier Jahre jeweils Einladungen verschicken und die Räume während mindestens zwanzig Stunden pro Woche geöffnet sein müssten. (Noch 2007, als der Verband weder »Editeure« noch »Kunsthändler« vertrat, zählten der Handel vorwiegend mit Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts und insbesondere die »Förderung lebender Künstler« zu den Aufnahmekriterien.) Schließlich werden die Mitglieder zur Anerkennung der »Standesregeln« bzw. eines »Codes der Berufspflichten« aufgefordert, weil sie »der Einheitlichkeit und der Seriosität kunsthändlerischer Arbeit« dienten.[223] In diesem Dokument werden außer den »Grundsätzen der Berufsausübung« auch die »Beziehungen« zu den anderen Galeristen, zum Sammler und zum Künstler umrissen. Einleitend werden »Bekenntnisse« abgelegt: »mit Blick auf den Künstler zur Freiheit der Kunst […], mit Blick auf den Kunden zu den Pflichten eines ordentlichen Kaufmanns und mit Blick auf den Kollegen zu den Grundsätzen eines ehrenvollen berufsständischen Verhaltens«.

Die Fragilität der Reputation und die damit einhergehende latente Begründungsbedürftigkeit der Berufspraxis des Galeristen, die sich in solchen normativen Setzungen andeutet, scheint auch in der Suggestion einer Geschichte exklusiver beruflicher Tugenden auf, wenn von »verläßlichen Regeln« die Rede ist, »die sich an die hohe Tradition berühmter Kunsthändler anschließen [*sic*]. Sie dienen dazu, das Vertrauen zwischen Galeristen, Künstlern, Käufern, Sammlern und Museen zu festigen. Zugleich werden damit die Zuverlässigkeit, Wachsamkeit, Seriosität und die Bereitschaft zum Einstehen gegenüber dem Käufer betont.«[224] Wie fraglich die Selbstdeutung als »Berufsstand« ist, zeigt der französische Galerienverband, der es für nötig befindet, seine Mitglieder als »wahrhafte« bzw. »echte Profis« (»véritables professionnels«) zu bezeichnen, und die »ethische Dimension« der Berufstätigkeit in den Vordergrund stellt.[225] Der Mangel an Institutionalisierungs-

---

wenn sie »vom Künstler selbst entworfen und ausgeführt wurde[n] oder unter seiner ständigen Autorität und Verantwortung ausgeführt worden« sind. https://www.bvdg.de/sites/default/files/FEAGA_Code_10102005_0.pdf (Zugriff: 30. November 2018).

223 *Charta* bzw. *Code de déontologie*, Federation of European Art Galleries Associations (FEAGA), Übersetzung aus dem Französischen vom 18. März 1991, https://www.bvdg.de/sites/default/files/FEAGA_Code_10102005_0.pdf (Zugriff: 30. November 2018).

224 https://www.bvdg.de/sites/default/files/FEAGA_Code_10102005_0.pdf (Zugriff: 30. November 2018).

225 Comité professionnel des galeries d'art, www.cpga.info/cpga.php (Zugriff: 6. Oktober 2012).

merkmalen einer Profession drängt die Organisationen offensichtlich dazu, dieses Defizit durch die Beschwörung von Integrität und Gemeinwohlorientierung des beruflichen Handelns wettzumachen. Denn der Beruf des Galeristen entbehrt solcher Merkmale aus professionssoziologischer Perspektive weitgehend.[226] Sein autodidaktisch angeeignetes Wissen ist denkbar weit von einem Ausbildungsgang mit einem verbindlichen Katalog an Fertigkeiten und einer formalen Qualifikation entfernt; folglich können die Galerienverbände weder Einfluss auf eine Ausbildung noch auf den Berufszugang haben. Auch gelten Galeristen nicht als Experten. Reputation und Selbstbewusstsein stellen erst das Ergebnis eines lange dauernden Bewährungsprozesses dar und müssen, einmal erworben, angesichts latenter Anfechtungen tendenziell aktualisiert bzw. behauptet werden. Folglich sind weiche, sozusagen programmatische oder sittliche Kriterien wie Regeln des Umgangs und die Orientierung am Gemeinwohl für die Affirmation und Legitimierung der gesellschaftlichen und kulturellen Rolle des Galeristen umso wichtiger. Der Rekurs auf eine imaginäre Tradition (der Verweis auf illustre Vorgänger) unterstreicht die Fragilität seines Status.

Die Sorge um das Ansehen des Berufs veranlasst den US-amerikanischen Verband, seine Mitglieder aufzufordern, sich für die Stärkung des Vertrauens der Öffentlichkeit in die Galeristen einzusetzen und einander nicht anzuschwärzen: »Members should seek to further mutual respect and enhance the public's trust in art dealers. To that end, Members are expected to exercise care in making negative comments about other art dealers for the purpose of denigrating their reputations.«[227] Selbstdarstellung und Auflagen der 1962 gegründeten Art Dealers Association of America (ADAA) sind im Vergleich zu den zitierten europäischen häufig präziser und auch strenger. Nicht bloß die für den Umgang mit Unikaten und »Originalen« wesentliche, jedoch unspezifische »Integrität« und die Gemeinwohlorientierung gelten ihr als Berufstugenden, sondern auch selbstcharismatisch aufgeladene Kennerschaft und Affinitäten zur Gelehrsamkeit (freilich dürfte letzteres durchaus der pragmatischen Einsicht geschuldet sein, dass Evaluation, Kanonisierung und – im Falle älterer Kunstwerke – Authentifizierung der kunsthistorischen Expertise bedürfen): »ADAA seeks to promote the highest standards of connoisseurship, scholarship and ethical practice within the profession. [...] In order to qualify for membership, a dealer must have an established reputation

226 Krüger 1984: 453.

227 https://artdealers.org/about/code-of-ethics-and-professional-practices (Zugriff: 30. November 2018).

for honesty, integrity and professionalism among their peers, and must make a substantial contribution to the cultural life of the community […].«[228] Im bisweilen recht detaillierten *Code of Ethics and Professional Practices*, der unter anderem die dem Kunden geschuldeten Informationen und das Kommissionswesen behandelt, kommt auch der Künstler zur Sprache, der wie alle anderen Akteure des Feldes höflich und respektvoll zu behandeln sei. In einer Art Anleitung wird das Arbeitsbündnis als eine unilaterale Verpflichtung beschrieben, »extending beyond selling the artist's works. […] A Member acts as an advisor to an artist represented by the Member. The Member seeks to enhance the artist's reputation through exhibitions, publications, and by acting as an advocate for, and fostering scholarship regarding, the artist's work. The Member sells the artist's work responsibly and seeks when possible to place the work in important public and private collections.«[229]

4.2 Arbeitsbündnis

Begründet ist die Berufspraxis des Galeristen im Arbeitsbündnis, das er mit dem Künstler (vereinzelt auch mit einer Künstlergruppe) in der Regel durch eine mündliche Vereinbarung besiegelt. Schriftliche Verträge scheinen sich nicht durchzusetzen, obgleich z. B. der schweizerische Galerienverband solche empfiehlt. »Beide, Galerist und Künstler«, so Oevermann, »müssen sich also wechselseitig vertrauen können in einem Beziehungsfeld, in dem überprüfbare vertragliche Garantien und Kriterien kaum gewährleistet sind und deshalb Vertrauen wie in einer Ehe sich nur durch Gewährleistung von Vertrauen selbstbezüglich erzeugen lässt.«[230] Das Vertrauen des Künstlers muss sich gerade auch auf die Leistungen des Galeristen beziehen, dessen Aufwand, wie Oevermann schreibt, (im Übrigen auch für den Sammler) schwer zu durchschauen ist. Der Vergleich des Arbeitsbündnisses mit der Ehe verweist auf den diffusen Charakter der Beziehung zwischen Galerist und Künstler, in der Affinitäten mindestens genauso wichtig sind wie vertraglich fixierbare (und standardisierte) Dienstleistungen und an welchem der Ver-

228 https://artdealers.org/about/code-of-ethics-and-professional-practices (Zugriff: 30. November 2018).
229 https://artdealers.org/about/code-of-ethics-and-professional-practices (Zugriff: 30. November 2018).
230 Oevermann 1997: 83. Vgl. Velthuis 2007: 62.

such einer Formalisierung folglich zwangsläufig scheitern muss. Galeristen verwenden den Begriff »Ehe« in den Interviews wiederholt. Das Deutungsmuster kommt etwa auch da indirekt zum Tragen, wo ein Galerist in Worten, die ein Paarungsritual suggerieren, erzählt, wie er sich um die Rekrutierung einer um Generationen älteren Künstlerin bemüht hat: »Und die hat mich auch fünfmal abgewiesen. Und irgendwann hat sie's dann zugelassen« (Interview Alfred Rückert, 2009).

Der Begriff des Arbeitsbündnisses stammt aus der Psychoanalyse, in der er die Beziehung zwischen Therapeut und Klient und damit eine Sozialbeziehung bezeichnet, in der sich spezifische (rollenförmige) und diffuse Anteile überlagern.[231] Die »widersprüchliche[] Einheit von Rollenhandeln und Handeln als ganzer Person«[232] ist ein zentrales Merkmal professionalisierten Handelns, das im Arbeitsbündnis fundiert ist. In einer diffusen Sozialbeziehung begegnen sich Individuen als ganze Personen; sie steht und fällt mit den konkret involvierten Individuen (idealtypisch verkörpert durch die Eltern-Kind-Beziehung oder die Beziehung zwischen Lebensgefährten). Hingegen sind in einer rollenförmigen Beziehung die beteiligten Individuen austauschbar. Um Rollenhandeln handelt es sich, wenn Sozialbeziehungen »ihre strukturelle Identität auch dann beibehalten, wenn das Personal wechselt. [Sie] sind normativ idealisiert oder durch aufeinander bezogene Rollendefinitionen gekennzeichnet, in denen die möglichen Themen dieser Beziehungen bindend festgelegt sind. […] Demgegenüber sind diffuse Sozialbeziehungen in ihrer je individuierten, personalisierten Praxis beendet, wenn eine der sie konstituierenden Personen abhanden kommt bzw. nicht mehr existiert.«[233]

Diese strukturtheoretische Perspektive auf die Professionalisiertheit eines Berufs setzt bei der Handlungslogik als Antwort auf ein bestimmtes Handlungsproblem an. Sie bezieht sich unter anderem auf die Fallbezogenheit, die stellvertretende Krisenbewältigung (insbesondere die »stellvertretende Deutung der Lebenspraxis des Klienten«)[234] und auf die Hilfe zur Selbsthilfe und ist hinsichtlich der Interaktion Galerist-Künstler aufschlussreich. »[D]as entscheidende Moment der Stellvertretung besteht bei den professionalisierten Tätigkeiten darin, dass die Tätigkeiten in die Autonomie der Praxis, für die

231 Vgl. Garz/Raven 2015: 121–131. Vgl. zur Dichotomie »specificity«/»diffuseness« Parsons 1991 [1951]: 81–88.

232 Oevermann 1996: 109.

233 Oevermann 1996: 110; vgl. auch ebd.: 112f.

234 Schmidtke 2006: 67. Vgl. zu Oevermanns revidierter Professionalisierungstheorie auch Garz/Raven 2015: 108–135.

sie ausgeübt werden, grundlegend eingreifen. Professionalisierte Tätigkeiten stehen damit immer in der Gefahr der Bevormundung.«[235] Professionssoziologische Ansätze, die auf Institutionalisierungsmerkmale fokussieren (Selbstverwaltung, Kontrolle des Berufszugangs, Gemeinwohlorientierung, Einkommen, akademische Bildung),[236] sind für die Bestimmung des gesellschaftlichen Ortes und Prestiges des Galeristen-Metiers hilfreich, das die erwähnten Kriterien selbstredend nur partiell erfüllt. Im geradezu professionalisierten (therapeutischen) Selbstverständnis einer Galeristin, welche die fallspezifische, krisenlösende Dimension im Arbeitsbündnis unterstreicht und sich als eine Art Lebenscoach begreift, deutet sich an, was in Interaktionen zwischen Galerist und Künstler jenseits ökonomischer, technischer und logistischer Fragen auch thematisch werden kann bzw. werden können muss: »So, I feel that I have to be a different person for everybody that I work with. And I can't be, you know, I can't expect the same things, I can't have the same conversations, I can't hear the same things. People have very, very different needs, people have very, very different concerns, you know.« (Interview Frances Avery, 2010).

Die vom schweizerischen Galerienverband entworfene »Vereinbarung«[237] liefert weitere Anhaltspunkte zur Struktur dieser Beziehung. Sie zeichnet sich insbesondere vonseiten des Galeristen durch den Anspruch auf Exklusivität aus. Eine Galerie ist generell bestrebt, einen Künstler alleine zu vertreten. In der Praxis kann dieser Anspruch in der Regel territorial – an einem Ort, in einem Land oder auf einem Kontinent – durchgesetzt werden. Er kann sich aber auch auf bestimmte Werkformate oder eine bestimmte Klientel beziehen. Systematische Erhebungen zum Phänomen der Zweitniederlassungen im Galerienwesen fehlen. Deshalb kann höchstens vermutet werden, dass Zweitniederlassungen unter den Galerien mit einem internationalen Einzugsgebiet seit den 1990er Jahren zugenommen haben. Immerhin betreiben 23 Prozent (55) der 2013 im Hauptsektor der Art Basel ausstellenden Galerien (239, zu 94 Prozent europäisch oder US-amerikanisch) ihr Geschäft von mehr als einem Standort aus. 17 Prozent (40) sind in mehr als einem Land präsent, 10 Prozent (25) auf mehr als einem Kontinent. 7 Prozent (17) unterhalten Niederlassungen in den USA und Europa. Sichtbarster Ausdruck des exklusiven Arbeitsbündnisses ist die periodische Einzelschau, auf die Künstler Anspruch haben (Galerien mit einem Standort organisie-

235 Schmidtke 2006: 66f.
236 Oevermann 2008: 56–66.
237 www.artgalleries.ch (Zugriff: 3. Mai 2007).

ren acht bis zwölf Ausstellungen pro Jahr). Je nach Umfang des Programms, Konjunkturlage und Produktionsrhythmus können zwei und mehr Jahre dazwischen liegen. Von der Zahl der Künstler, die eine Galerie vertritt, kann nicht systematisch auf ihre Position im Feld geschlossen werden (in Köln, seinerzeit das Zentrum des europäischen Marktes für Gegenwartskunst, waren es in den 1970er und 1980er Jahren durchschnittlich zehn; der schweizerische Galerienverband nennt zehn bis zwanzig Künstler; gemäß Velthuis sind es in den Niederlanden und den USA im Durchschnitt zwischen zehn und zwanzig; Baia Curioni, Forti und Leone haben unter den an der Art Basel teilnehmenden Galerien für den Zeitraum von 2005 bis 2012 einen Durchschnitt von 23 Künstlern pro Galerie errechnet; im in dieser Arbeit interessierenden Segment können es bis zu 40 oder 50 sein).[238]

Die Ankündigung der Ausstellung, der Versand von Einladungen zu deren Eröffnung, die Verwaltung des Adressenstamms, der das soziale Kapital einer Galerie abbildet, sowie insbesondere die Dokumentierung und publizistische Verwertung der Ausstellung in Form eines Katalogs mit Textbeiträgen und – ganz wesentlich – Abbildungen stellen zentrale, von einer Galerie zu erbringende Positionierungsleistungen dar. Der Katalog ist der eigentliche Nachweis ihrer Geschäftstätigkeit und rückt Künstler und Kunstwerke in das Blickfeld der Öffentlichkeit und des Marktes. Zusammen mit dem Lager der Galerie fungiert deren Archiv, das die Produktion der vertretenen Künstler, ihre Ausstellungsgeschichte, die Rezeption, Transaktionen, Bewegungen, den Zustand und Verbleib der Werke – ihre »Biografie« (Velthuis) – möglichst lückenlos dokumentiert, als ihr Gedächtnis und Abdruck ihrer Position im Feld. Im Unterschied zur befragten Londonerin Avery stellt der Schweizer Verband in seinem »Mustervertrag«[239] einen kausalen Zusammenhang zwischen dem ökonomischen Erfolg eines Künstlers und den ihm von der Galerie zustehenden Dienstleistungen her: »Die einzelnen Aufgaben der Vertretung durch eine Galerie müssen in einem angemessenen Verhältnis zum Umsatz der Galerie mit dem Künstler stehen.« Aus dem Besitz des Künstlers (Kommittent) erhält die Galerie (Kommissionär) eine bestimmte Anzahl Werke in Kommission, die sie zu einem mit dem Künstler vereinbarten Preis zum Verkauf anbietet. Hat der Künstler bereits einen »Marktwert«, tritt er der Galerie »in der Regel« eine Provision von 40 oder 50 Prozent des Verkaufserlöses ab (bei noch nicht etablierten Künstlern liegt sie deutlich

238 www.artgalleries.ch (Zugriff: 3. Mai 2007); Velthuis 2007: 16; Alemann 1997: 223; Baia Curioni u. a. 2015: 61.

239 www.artgalleries.ch (Zugriff: 3. Mai 2007).

niedriger, bei etablierten bei 60 bis 70 Prozent).[240] Veräußerungen direkt aus dem Atelier unterliegen denselben Bestimmungen und sind mit der Galerie abzusprechen. Leihgaben an Museen oder »Zweitgalerien« bedürfen der Zustimmung des Künstlers, dem auch das Recht eingeräumt wird, den Verbleib eines verkauften Werks zu kennen. »Grundsätzlich«, hält der Vertragsentwurf fest, »gehen sämtliche Produktionskosten zulasten des Künstlers.« Im Falle besonders teurer Objekte bzw. Projekte, Transporte oder sonstiger »ausserordentlicher Kosten« (erwähnt werden Videoinstallation, aufwendige Lagerung, Katalog und die Bereitstellung technischer Apparaturen) werden diese Aufwendungen bei der Abrechnung der Verkäufe abgezogen. Das Geschäftsmodell der »Kommissionsgalerie« kam erst in den 1950er Jahren verbreitet auf und setzte sich um 1960, als New York zum Zentrum des Feldes wurde und Paris ablöste, endgültig durch.[241]

Olav Velthuis zufolge, der die Praktiken in Amsterdam und New York um die Jahrhundertwende untersucht hat, verwenden Galeristen, wenn sie die Preise der Werke festlegen, »Drehbücher« (»pricing scripts«), die die Frage nach dem symbolischen Wert des Werks umgehen, indem sie auf quantifizierbare Kriterien abstellen. Es handelt sich um ein »set of routines«, das eine Form praktischen Wissens (*tacit knowledge*) darstellt, welches sich Galeristen imitierend aneignen und ihnen erlaubt, Preise systematisch zu bestimmen. »These rules circumvent the subjective, disputable issue of quality, and focus on measurable entities such as the size of the artwork or the age of its maker. Scripts not only structure the market by establishing a common pricing framework for different artists, but also create consistency within an artist's career, since they contain rules for different events that occur in the course of this career.«[242] Zu den wichtigsten Preisdeterminanten zählen in den Niederlanden (und vermutlich nicht nur da) die Größe des Werks, die zu dessen Herstellung angewandte Technik und wie viel ein Museum bereits für ein Werk des betreffenden Künstlers bezahlt hat, gefolgt vom Alter (das tendenziell positiv mit Reputation korreliert) und Residenzort des Künstlers (im Ausland lebende Künstler erzielen signifikant höhere Preise). Positiv korrelieren Preis und Anzahl verkaufter Werke. Innerhalb einer künstlerischen Produktion ist der Zusammenhang zwischen Preis und Größe des Werks gleichfalls (ausgeprägt) positiv. Hat ein Galerist zum ersten

240 Furer 2004; Velthuis 2007: 16, 130.
241 Fleck 2013: 43.
242 Velthuis 2007: 8. Vgl. ebd.: 103–109, 112f., 116–131.

Mal den Preis für Werke eines (jungen) Künstlers festzulegen, so bedient er sich zweier Regeln. Erstens sollen sie so billig sein, als es »vernünftig« erscheint, und zweitens fungieren die Preise von Werken anderer Künstler mit einer ähnlichen Position im Feld, die bezüglich Stil und Größe vergleichbar sind, als Referenz. Die erste dieser impliziten Regeln wendet eine Galeristin offensichtlich auch im Fall ausgesprochen erfolgreicher Künstler an: »Wie überzeugt man den Künstler, den geringsten Preis, den man fragen kann, zu fragen? Die meisten anderen würden sagen, ›Ja, super Markt, jeden [K.] für zwei Millionen.‹ Wir versuchen, ihn bei 300 000 bis 400 000 zu halten, hier in der Galerie. […] ich glaube, strategisch, dass man langfristig natürlich besser fährt« (Interview Marie Feldmann, 2007). Im Wesentlichen drei Faktoren sind dafür ausschlaggebend, dass die Preise heraufgesetzt werden: Nachfrage, Zeit sowie Reputation des Künstlers. Eine ausverkaufte Ausstellung ist ein konkreter Anlass, um Preise zu erhöhen; solches geschieht jedoch auch periodisch, alle ein bis zwei Jahre und/oder anlässlich einer Einzelschau in der Galerie. Indikatoren für den Ruf eines Künstlers sind unter anderem Museumsausstellungen, Ankäufe und Publikationen. Absolute, numerische »Referenzgrößen« (»reference values«), die auf »Markterfahrung« basieren, strukturieren die Drehbücher der Preissetzung. Zum einen werden Preise aus den Abmessungen der Werke abgeleitet, zum anderen existieren Minima und Maxima, die allerdings je nach Galerie erheblich differieren können.

Sofern sie über die notwendigen Ressourcen verfügt, wird eine Galerie stets eine möglichst umfassende Betreuung des Künstlers anstreben, die diesem erlauben soll, sich ausschließlich auf die Werkproduktion zu konzentrieren. Insofern übernimmt es der Galerist auch, die Künstler von den Erwartungen zahlreicher Akteure abzuschirmen (Kunstliebhaber, Sponsoren und Mäzene, Kritiker und Kuratoren, Institutionen) und sie davon zu entlasten, ihre künstlerische Praxis ständig Dritten gegenüber kommentieren zu müssen. Gerade deswegen darf der Galerist als besonders deutungsmächtiger Akteur des Kunstfeldes gelten. Als »Initiator eines langen permanenten Falsifikations- und Bewährungsprozesses« muss er sich »um das Verständnis eines Werkes ernsthaft bemühen, dabei die verletzliche Exponiertheit des Künstlers schützend achten – zugleich aber auch in seinem kritischen, Unvoreingenommenheit des Blicks voraussetzenden Urteil frei und wahrhaftig bleiben, selbst dann, wenn es für den Künstler im Einzelfall wenig schmeichelhaft ausfallen sollte. Nur

so wird der Galerist zum unverzichtbaren, Realitätsprüfung gewährleistenden Partner des Künstlers in einem vom ständigen Scheitern bedrohten Unterfangen.«[243] Krisenbewältigung leistet der Galerist insbesondere nach außen, indem er dem Künstler die Mühe abnimmt, dessen Werke in der kulturellen Öffentlichkeit zu positionieren. Er erfüllt seine Aufgabe dann, wenn es ihm gelingt, sie in prestigeträchtigen Wechselausstellungen und Biennalen zu platzieren, in großen Sammlungen unterzubringen und das Interesse wichtiger Museen (für einen Ankauf oder eine Leihgabe) und der Kunstpublizistik zu wecken. Wie noch darzustellen sein wird, kann das Arbeitsbündnis je nach Selbstverständnis des Galeristen – aber auch des Künstlers – und je nach Umfang des Programms unterschiedliche Formen und Diffusitätsgrade annehmen. Ein Arbeitsbündnis entwickelt sich unter Umständen vorwiegend oder ausschließlich mit einem vom Galeristen zur Betreuung delegierten Angestellten, einem sogenannten Direktor (empirisch nahezu ausschließlich in der englischen Variante *director* anzutreffen).

Da der Exklusivitätsanspruch mit der wachsenden Reputation eines Künstlers in den meisten Fällen an praktische Grenzen stößt, besteht der pragmatische Schritt in der Kooperation mit anderen Galerien bzw. in der territorialen Aufteilung der Vertretung. Diese bedingt gleichfalls wieder ein Bündnis zwischen dem Künstler und einem Galeristen und richtet sich nach den Präferenzen des Künstlers. Dass es sich hierbei nicht nur um günstige Distributionskanäle, sondern um eigentliche Arbeitsbündnisse handeln kann, lässt sich schon daran ablesen, dass sich die Programme kooperierender Galerien in sehr geringem Maße überschneiden. Die simple, aus »Haupt-« und »Zweitgalerien« bestehende Hierarchie, wie sie der »Mustervertrag«[244] des Schweizer Galerienverbandes formuliert, dürfte höchstens dann der empirischen Wirklichkeit entsprechen, wenn eine der involvierten Galerien eine ausgesprochen dominante Position im Feld einnimmt. Eine schriftliche Vereinbarung, heißt es, solle »das Verkaufsgebiet, die Zeitdauer des Vertrages und die Umschreibung der genauen Aktivitäten« festhalten. Ausstellungsprojekte und »sonstige Aktivitäten« müssten von der »Zweitgalerie« mit der »Erstgalerie« und dem Künstler »abgesprochen werden«. Verkäufe an andere Galerien seien über die »Erstgalerie« abzuwickeln. Verkauft die »Zweitgalerie«, so steht ihr ein bestimmter Prozentsatz der Einnahmen zu. Sol-

243 Oevermann 1997: 82.

244 www.artgalleries.ch (Zugriff: 3. Mai 2007).

che Beziehungen sind durchaus nicht bloß pragmatische bilaterale Allianzen, sondern vielmehr informelle Koalitionen mit einer Oligopol-Struktur, die faktisch als Vertriebssysteme weniger, besonders mächtiger Galerien fungieren können.[245] So unterhielt etwa Leo Castelli ein Netzwerk von *friendly galleries* (rund die Hälfte davon in Europa), über die er Mitte der 1970er Jahre etwa 70 Prozent seiner Verkäufe realisierte. In den 1980er Jahren gingen die Absätze in Europa zurück, weil die von ihm geförderten, mittlerweile etablierten Künstler zu teuer geworden waren und sich neue Positionen aus Europa durchsetzten. Darauf assoziierte sich Castelli mit den entsprechenden europäischen Galerien. In Anbetracht fehlender Untersuchungen zu den (schon sichtbaren, aus den Programmen ablesbaren) Verflechtungen erscheint jedenfalls die These plausibel, dass Absprachen zwischen mehreren Galerien, die einen Künstler jeweils »exklusiv« vertreten (beispielsweise von Köln oder Berlin, London und New York aus), eine »globale« Kontrolle über dieses Angebot herbeiführen können.

4.3 Warenförmige Vermittlung

Die Triade, die seit dem späten 19. Jahrhundert die Kunstproduktion alimentiert, wird vom privaten Sammler vervollständigt. Das Arbeitsbündnis hat dann Bestand, wenn es dem Galeristen gelingt, das Interesse von Sammlern für das anfangs noch kaum bekannte Werk eines Künstlers zu wecken und dieses in konkrete Transaktionen umzumünzen. »Eine rege Aktivität von Kunstgalerien«, so Heiner Alemann, der zu den Kölner Galerien der 1960er bis 1980er Jahre gearbeitet hat, »kann sich mithin nur dort entfalten, wo sich in einer Region eine Vielzahl von kapitalkräftigen Sammlern befindet.«[246] Angesichts der territorialen Expansion des Feldes, der größeren Mobilität seiner Akteure und des Internets, das nicht nur die Übermittlung hochauflösender Abbildungen und präziser Werkbeschreibungen ermöglicht, sondern mittelfristig auch als Distributionsplattform dienen wird (der weltweit führende Online-Händler unternahm 2013 diesbezüglich nach 1999 einen zweiten Anlauf)[247], liegt es nahe, sich zu fragen, ob dieser für das

245 Vgl. Moulin 1992: 48–51; Moulin 2003 [2000]: 44f.

246 Alemann 1997: 224.

247 »Amazon Re-Enters Online Art Market«, *The New York Times*, 6. August 2013; Grimes 2013.

20. Jahrhundert kaum zu bestreitende Befund im frühen 21. Jahrhundert noch stichhaltig ist. Für das Galeriewesen insgesamt dürfte nach wie vor gelten, dass Konzentrationen nur da möglich sind, wo sich kapitalkräftige Individuen auch länger aufhalten, nämlich in wirtschaftlichen und kulturellen Metropolen (z. B. in New York, London, Paris oder Shanghai).[248] In Anbetracht der hohen Mobilität der Feldakteure erhöhen solche Konzentrationen von Galerien auf der lokalen Ebene – analog zu den Messen – paradoxerweise die Chance, eine neue Klientel zu gewinnen. Darüber hinaus bilden sich die im Bereich der Gegenwartskunst ausgeprägte Interdependenz und Interaktionsdichte zwischen kommerziellem und nichtkommerziellem Subfeld gleichermaßen konkret in der räumlichen Nähe von nichtkommerziellen Schauräumen und Galerien ab. Moulin spricht diesbezüglich von einem New Yorker Modell der Raumorganisation, das in Paris 1977 mit der Eröffnung des Centre national d'art et de culture Georges Pompidou Einzug gehalten habe, als nebst Neueröffnungen viele bereits bestehende Galerien in die unmittelbare Nachbarschaft der neuen Institution zogen.[249]

Das Handlungsproblem der warenförmigen Vermittlung spricht ein Galerist an, der über seine Anfänge sinniert: »Ich hatte am Anfang Schwierigkeiten, Kunst zu verkaufen, weil […] die Sammler gab's vielleicht, aber […]. Die kommen dann rein und – schnupper, schnupper – und sagen auch: ›Das ist interessant.‹ Und [gehen] wieder raus. Also, bis da jemand mal wirklich den Geldbeutel aufgemacht hat und gesagt: ›Ich kauf das jetzt.‹ Das ist ein großer Schritt« (Interview Klaus Mahall, 2009). Soziologisch wird die Motivlage des Sammlers, der die Mittel hat, um im Zentrum des Feldes zu operieren, generell im Zusammenhang mit der repräsentativen und soziale Distinktion stiftenden Funktion von Kunst gesehen – dem Geltungs- oder demonstrativen Konsum (»conspicuous consumption«).[250] Der Erwerb von Kunst erscheint in dieser Optik entweder als Produkt einer bestimmten Lebensführung und eines tradierten kulturellen Kapitals, das sich auch im Besitz von Kunstobjekten materialisiert, oder – in einer tendenziell ostentativen Form – als Affirmation eines neu erreichten sozialen Status. Mit

248 Berlin, das im Begriff ist Köln abzulösen, scheint diesbezüglich eine Ausnahme zu sein, weil die Stadt zwar ein politisches, jedoch kein ökonomisches Zentrum ist und der Zuzug und die Eröffnung von Galerien seit der Jahrhundertwende stark mit den tiefen Lebenshaltungskosten zusammenhängen, die den zahlreichen Künstlern eine Existenz auf bescheidenem Niveau ermöglichen.

249 Moulin 1992: 184–188. Vgl. auch Velthuis 2007: 29f.

250 Veblen 2011 [1912]: 79–107.

der Autonomisierung des Kunstfeldes dürfte die kollektive Dimension der Identitätsstiftung zu einem marginalen Aspekt geschrumpft sein. Gleichfalls dürfte die inhaltliche Durchdringung von Kunst im Sinne der Akkumulierung kulturellen Kapitals tendenziell zugunsten einer Trophäenlogik in den Hintergrund gedrängt worden sein, wie sie sich etwa konjunkturabhängig im Auftreten neuer Sammler insbesondere aus der Finanzbranche und am stärksten im Kontext des Auktionswesens manifestiert. Ulf Wuggenigs Charakterisierung des Sammlers, die aus solchen Begleitphänomenen wirtschaftlicher Expansion eine Strukturgesetzlichkeit ableitet, reduziert die Funktion des Kunsterwerbs auf einen reinen Distinktionsmechanismus, mittels dessen sich soziale Aufsteiger ihres neu erworbenen Status zu versichern versuchen.[251]

Das Verhältnis zum Sammler gründet wie jenes zum Künstler, wenngleich in geringerem Maß, auf Vertrauen und Affinitäten, die eine rein rollenförmige Beziehung sprengen. In den »Tipps an Sammler« bündelt der Schweizer Galerienverband Anspruch und Selbstverständnis seiner Mitglieder:

> Wenn Sie eine Galerie betreten und nach dem Preis eines Kunstwerks fragen, dürfen Sie nie die Vorstellung haben, der Galerist wolle Ihnen das Werk sofort verkaufen. Der Galerist interessiert sich vor allem, warum Ihnen das Werk gefällt und möchte mit Ihnen in einen Dialog und eine Diskussion kommen. Es ist wie beim Einkauf in einem Fachgeschäft: Der Galerist möchte Sie beraten und Ihnen helfen, einen optimalen Kauf zu tätigen. Nur so kommen Sie wieder in die Galerie und kaufen eventuell ein zweites oder drittes Werk oder interessieren sich für einen anderen Künstler. Der Galerist ist mehr als Verkäufer. Er ist Berater und Diskussionspartner. […] Falls Sie sich zu einem Kauf eines Kunstwerks entschließen, verkauft Ihnen der Galerist auch ein Stück ›Menschenwerk‹ und das ist grundsätzlich etwas anderes als ein doppelreihiger Anzug.[252]

Das Selbstverständnis einer erziehenden Funktion des Galeristen kommt auch beim deutschen Galerienverband in dessen »Vorbemerkungen« zu den erwähnten europäischen »Standesregeln« explizit zum Ausdruck, wo die »kulturelle Aufgabe« des Galeristen in der Formel des »Heranführens an die Kunst« zusammengefasst wird. Obschon Preise Verhandlungssache sein können, wendet sich der Schweizer Galerienverband in seinen Ratschlägen an Sammler dagegen, so, als ob solches die Würde von Künstler und Kunst verletze: »Ein Bazar findet nicht statt. Wenn Sammlerinnen und Sammler meinen, man könne ein Werk, das Fr. 5‘000.00 kostet, auch für Fr. 3‘000.00 haben, so wäre ein solches Angebot auch eine Geringschätzung des Künst-

251 Wuggenig 2016: 497.
252 www.artgalleries.ch (Zugriff: 3. Mai 2007).

lers.« Geschätzten (»sehr guten«) Sammlern kann jedoch bei großen Käufen ein Rabatt gewährt werden. Vom Kauf über Zeitschriften, Kataloge oder über das Internet wird abgeraten, da »nur das sinnliche Erlebnis zwischen Kunstwerk und Betrachter« zu guten Käufen führe. Sammlern mit einem guten Ruf wird eine besonders zuvorkommende Behandlung in Aussicht gestellt (welche auch Dienstleistungen im Sekundärmarkt zu umfassen scheint): »Der Galerist wird nicht jedem Sammler alles zeigen. Wenn jedoch der Sammler ernsthaft ist, so wird er ihm Dinge vermitteln, die nicht in der Ausstellung zu sehen sind oder von deren Existenz er weiß.«

Häufiger denn je kumulieren die einflussreichsten Sammler mehrere Positionen.[253] Sie sind Entdecker, Förderer und Auftraggeber von Künstlern, mit denen sie direkt interagieren, Käufer und Verkäufer von Kunstwerken; sie sitzen in den Aufsichtsgremien von Museen und nichtkommerziellen Schauräumen, fungieren als deren Mäzene und betreiben selbst Museen. Viel stärker als je zuvor im autonomen Feld der Kunst partizipieren Sammler seit den 1960er Jahren an der Konkretisierung und Produktion eines Werks. Sie können folglich jederzeit – und in der Regel mit erheblich mehr ökonomischem Kapital als die öffentliche Hand – im Bewertungsprozess eines Künstlers intervenieren. Zu den einflussreichsten – genauer: regelmäßig als solche erwähnten – der vergangenen Jahrzehnte gehören der deutsche Industrielle (promovierter Kunsthistoriker und »Schokoladenkönig«) Peter Ludwig (1925–1996), der Jurist und Immobilienunternehmer Giuseppe Panza di Biumo (1923–2010) aus einem geadelten Mailänder Weinhändlergeschlecht, der Londoner Werbeunternehmer mit irakischen Wurzeln Charles Saatchi (geb. 1943), der in den 1990er Jahren maßgeblich an der Lancierung und Validierung einer unter dem Etikett *Young British Artists* vermittelten losen Gruppe von Kunsthochschulabgängern beteiligt war, die amerikanischen Immobilienunternehmer Mera (geb. 1943) und Don Rubell (geb. 1942, ursprünglich Arzt), der amerikanische Immobilien- und Versicherungsunternehmer Eli Broad (geb. 1933), der französische Luxusgüter-Unternehmer François Pinault (geb. 1936), der griechisch-zypriotische Industrielle Dakis Joannou (geb. 1939) oder der amerikanische Hedgefonds-Unternehmer Steven A. Cohen (geb. 1956).[254] Die Profile privater Sammlungen sind vielfältig, jedoch lässt sich die Art und Weise ihrer Verwaltung zwischen zwei Polen verorten. Auf der einen Seite werden viele

253 Vgl. Moulin 1992: 51–56, 217–231; Moulin 2003 [2000]: 45–47; Quemin 2002: 125–131; Ridler 2012.

254 »The Power 100«, *The Wall Street Journal*, 12. Oktober 2007.

Ankäufe getätigt, ohne dies durch größere Veräußerungen zu kompensieren (bisweilen gekoppelt an ein eigenes Museum oder Dauerleihgaben an öffentliche Museen wie im Fall von Ludwig); auf der anderen Seite unterzieht der »collectionneur-marchand« (»Händler-Sammler«, Moulin), für den Saatchi steht, seine Bestände einer permanenten Evaluation oder bildet immerfort Sammlungen, um sich regelmäßig wieder von Werken oder ganzen Werkgruppen zu trennen. Letzteres wird mit den Imperativen der Eigenfinanzierung einer privaten Sammlung und/oder mit normativen Kriterien wie Qualität, Innovationsverpflichtung und inhaltliche Kohärenz begründet.

Große Sammler bilden mit großen Galerien eigentliche Koalitionen, die in der Lage sind, den Markt einzelner künstlerischer Positionen zu kontrollieren. Diese für das ökonomische Feld ungewöhnliche Absprache zwischen Anbieter und Kunde hat den Zweck, das Angebot einzuschränken und das symbolische und ökonomische Kapital von wenigen Künstlern auf Kosten der großen Mehrheit zu maximieren. Die ersten großen Käufer – die besonders kaufkräftigen – versehen eine künstlerische Position noch vor deren Eingang in Museumssammlungen mit einem offiziösen symbolischen Kapital. Als Mitglieder von Aufsichtsorganen erleichtern und beschleunigen sie die institutionelle Anerkennung der von ihnen präferierten Künstler und erwirken ihre günstige Rezeption bei einem breiteren Sammlerkreis. Das Abhängigkeitsverhältnis zwischen Museum und Sammler veranschaulicht eine New Yorker Galeristin: »If Steve Cohen wants to say that this artist is a genius, he's gonna make sure that the curator of MoMA puts him in the collection. Because that curator wants something else that Steve Cohen has. It's totally corrupt!« (Interview Lena Crumb, 2009). Zu Interessenkonflikten zwischen Galeristen und großen Klienten kommt es vermehrt seit den 1980er Jahren, als mit der Expansion des Auktionswesens eine neue Kategorie Sammler in Erscheinung trat, die spekulativ motiviert Gegenwartskunst als Investitionsobjekt begreift. Der Kunstmarkt kenne nur einen Bösewicht, schreibt Ullrich:

> Verhasst ist der Spekulant, weil sein Verhalten Preisniveaus gefährdet. Sein Erfolg kann Nachahmer auf den Plan rufen, die Werke desselben Künstlers auf den Markt bringen, um ähnlich hohe Gewinne zu erzielen. Doch eher früher als später wird sich dann das gestiegene Angebot negativ auf die Preise auswirken. […] Gerade weil sich Wertzuschreibungen so stark aus den Preisen sowie anderen Autoritätsgesten ergeben, also eine Sache des Glaubens und Vertrauens sind, kann allein der Verdacht, jemand

könnte es mit der Kunst nicht ernst meinen, sondern sie nur als Spekulationsmasse nutzen, eine Vertrauenskrise auslösen. [255]

4.4 Berufszugang und Motivlage

4.4.1 Learning by doing

Da keine spezifische Ausbildung zum Beruf des Galeristen führt, können der Zugang zum Feld und die Einführung in die berufliche Tätigkeit auf vielfältige Weise erfolgen.[256] Zu Herkunft und Werdegängen von Galeristen existieren keine umfassenderen Arbeiten, sodass bei der Suche nach diesbezüglichen Mustern Studien herangezogen werden müssen, die sowohl auf eine bestimmte Periode als auch auf einen bestimmten Ort bzw. Raum fokussieren. Unter den in Köln zwischen 1970 und 1990 aktiven Galeristen[257] finden sich rund ein Drittel Absolventen eines geisteswissenschaftlichen Studiums (mit einem nur geringen Übergewicht der Kunsthistoriker), ein Drittel Akademiker anderer Fakultäten (darunter Juristen und Betriebsökonomen, jedoch nur wenige Naturwissenschaftler oder Mediziner und keine Absolventen technischer Studiengänge) sowie ein weiteres Drittel mit unterschiedlichsten Ausbildungen, mehrheitlich aus dem kaufmännischen Bereich. Der Rekrutierungsgrad unter den kunstnahen Studiengängen ist niedrig. Die Pariser Galeristinnen und Galeristen der Jahre 1945 bis 1970[258] entstammen zu fast zwei Dritteln dem Bürgertum bzw. Großbürgertum, das insbesondere in der Industrie, im Bankenwesen und im Handel tätig ist; gut vertreten sind in der Elterngeneration auch Juristen, Spitzenbeamte und Professoren; bloß bei rund 15 Prozent finden sich im unmittelbaren familialen Umfeld Künstler, Kunsthändler oder Sammler; Kinder von Kunsthändlern sind selten. Die Frauen haben ein geisteswissenschaftliches Fach studiert, die Männer mehrheitlich Recht, wobei von letzteren viele das Studium abgebrochen haben; Sprösslinge aus Industrie und Handel haben zum Teil Handelsschu-

255 Ullrich 2010: 104.

256 Vgl. zu ersten Studiengängen bzw. -programmen für »gallerists« (alle nach 2010 eingerichtet) Loichinger 2014: 73.

257 Alemann 1997: 226.

258 Verlaine 2012: 184–188, 200–210.

len besucht. Seltener, jedoch unter den jüngsten Galeristen häufiger, wurde das Studienfach Recht mit Kunstgeschichte kombiniert. Über 80 Prozent eröffnen ihr Geschäft ohne Erfahrung im Kunsthandel, doch war über ein Drittel vorher im Verlagswesen oder Buchhandel tätig; ein Viertel ist Künstler. Die französischen Neueinsteiger der 1980er Jahre[259] haben häufiger als die älteren Generationen eine kunstnahe Ausbildung absolviert (entweder Kunstgeschichte oder Kulturmanagement) und arbeiten zunächst entweder als Praktikanten oder Angestellte in einer Galerie oder öffentlichen Institution, als Agenten, Makler oder Kritiker oder in der Kommunikations- oder Finanzbranche. Dieser Befund deckt sich mit der von Verlaine konstatierten Tendenz hin zur Spezialisierung, die in den 1990er Jahren zum Abschluss kommt: Das Hochschulstudium wird zur Regel und der Berufseintritt durch die Wahl bestimmter Studienfächer (Kunstgeschichte, Handel) und Praktika vorbereitet.[260] Ein homogenes Bild vermittelt auch die Einschätzung des schweizerischen Galerienverbandes, dem zufolge viele Galeristen entweder eine kaufmännische Ausbildung abgeschlossen oder Kunstgeschichte studiert haben und oft die Kinder von Galeristen sind.[261] Die dieser Studie zugrunde liegenden 23 Fälle, deren übergreifendes Merkmal eine relativ zentrale Position der Galerie im Feld ist, kann als Akzentuierung der französischen Tendenzen interpretiert werden. Die zur Hälfte in New York domizilierten, jedoch überwiegend europäischen Galeristinnen und Galeristen haben zu knapp vier Fünfteln eine zumindest kunstnahe Ausbildung, ein Viertel eine Berufslehre und ein Zehntel eine kaufmännische Ausbildung absolviert; nur eine Galeristin ist das Kind von Kunsthändlern.

Obwohl die Fälle bezüglich Bildungs- und Berufsbiografie kein einheitliches Profil aufweisen, zeichnet sich dennoch ein Muster ab: die Annäherung an die Berufspraxis über subalterne Positionen in etablierten Galerien. Dies bedeutet, dass die Lehre aus einem *learning by doing* und einer Art teilnehmenden Beobachtung besteht, aus denen weniger ein explizites Wissen bzw. *know-that* (*knowledge*, *savoir*) als ein implizites *know-how* (*savoir faire*) oder *tacit knowing*, zu Deutsch implizites Wissen, resultiert. »[W]e can know more than we can tell«, lautet die berühmte Formel von Michael Polanyi.[262] »In der Regel geht es nicht um ein allgemeines Wissen«, schreibt der Soziologe Tasos Zembylas, »sondern um ein ›praktisches‹ und situativ ›relevantes‹,

259 Moulin 1992: 202f.
260 Verlaine 2012: 219.
261 Furer 2004.
262 Polanyi 2009 [1966]: 4.

das in einem konkreten Handlungszusammenhang eine transformatorische Wirkung entwickelt: Es ist ein Wissen, das determiniert, wie wir eine konkrete Situation und Handlungsanforderungen verstehen, ob wir in der jeweiligen Situation auch ohne vorüberlegten Plan und ohne Kenntnis aller Parameter effektiv eingreifen können, ob unser Tun und Lassen potentiell erfolgreich sein kann […].«[263] Die phänomenologische Differenzierung der Wissensformen von Zembylas und Dürr zwischen explizitem und implizitem bzw. praktischem Wissen hebt unter anderem darauf ab, ob und wie sehr Wissen sich dem Zugriff des Bewusstseins entzieht. Sie verweist insofern auf die beiden für diese Studie zentralen Kategorien des Deutungsmusters und des Habitus, die sich ebenfalls nicht qualitativ unterscheiden, sondern graduell in Abhängigkeit davon, ob sie reflexiv thematisch werden können oder nicht.[264] »Erkenntnis, das heißt propositionales Wissen über einen Sachverhalt, ist ein Wissen, das zwar im Handeln genützt werden kann, aber eine Eigenständigkeit behauptet. Es existiert auch außerhalb seiner praktischen Anwendung, weil es in einer symbolischen Form fixiert werden kann. Jenes sinnlich-leibliche, erfahrungsgebundene und praktische Wissen hingegen, das im Handeln konstitutiv einverleibt ist, lässt sich nicht von seiner performativen Aktualisierung entkoppeln.«[265]

Eine mögliche direkte Vorstufe zur Position des Galeristen, d. h. des Eigentümers und Programmverantwortlichen, existiert in der Funktion des *director*, die schon bei kleineren Galerien zu finden ist. Sie entspricht der Stelle eines Geschäftsführers und/oder vor allem Künstler-Betreuers. Es ist relativ üblich, und bei größeren Galerien die Regel, dass der Eigentümer nicht bloß administrative (routinisierte) Aufgaben wie die Buchhaltung oder die Verwaltung des Archivs bzw. Lagers an Mitarbeiter delegiert, sondern auch den Kontakt zu den Sammlern und die Betreuung der Künstler und ihrer Produktion. Diese Mitarbeiter entwickeln daher zum Teil privilegierte Beziehungen zu den Künstlern, und es kann vor allem bei etablierten Galerien geschehen, dass die Rekrutierung neuer, jüngerer Künstler tendenziell von solchen häufig jüngeren Delegierten angestoßen wird. Als Delegierten des Galeristen bezeichne ich den sogenannten Direktor deshalb, weil er im Unterschied zum restlichen Galeriepersonal mindestens Teile des Arbeitsbündnisses – allgemeiner: der personalisierten Praxis, die auch die Interaktion mit

263 Zembylas 2013: 151f.

264 Vgl. zum Verhältnis von Deutungsmuster und implizitem Wissen bzw. *tacit knowledge* Oevermann 2001: 41, 51f., 55f.

265 Zembylas/Dürr 2009: 15.

Sammlern umfasst – vom Galeristen übernimmt. Die Notwendigkeit der Selbstcharismatisierung unter den Berufsvertretern rührt gerade auch daher, dass das Metier als solches nicht erlernt werden kann und zum großen Teil selbstständig interpretiert und angeeignet werden muss. Werdegänge mit Delegiertenfunktionen sind am ehesten in den Zentren des Feldes zu finden; ihr Auftreten hängt von der Galerien-Dichte und der ausreichenden Präsenz größerer Galerien ab. Das in New York vorherrschende Muster, während einer (mehr oder minder als solche anvisierten) Lehrzeit bei einer Galerie die Berufspraxis des Galeristen auszuprobieren, hängt schließlich auch mit der Dominanz des kommerziellen Subfeldes in den USA in der Vermittlung von Gegenwartskunst zusammen. In Europa bieten sich nichtkommerzielle Institutionen wesentlich stärker als Option für eine berufliche Laufbahn im Kunstfeld an.

So breit das Spektrum der Fähigkeiten ist, die für die Ausübung des Metiers nötig sind – von der Kennerschaft über prognostische Kompetenzen und Geschäftstüchtigkeit bis zur Geschmeidigkeit im Umgang mit anderen –, so vage sind die Gründe, die gemeinhin angeführt werden, um den individuellen Anteil am Gelingen des Unterfangens einer Galerie zu erklären. Wird er nicht von vornherein als gerissener Komplize einer Verschwörung gesehen, so lässt sich die Wahrnehmung des Galeristen (ähnlich wie beim Künstler) in der Figur des intuitiv Handelnden und Begnadeten zusammenfassen. Das Problem der Prognose erfordert »prophetische« Einsichten bzw. »prognostische Kompetenzen«: Der Galerist erkennt einerseits vor den meisten anderen Feldakteuren in neuen, noch opaken oder gar unverständlichen Positionen, dass sie in Zukunft bedeutsam (symbolisch wertvoll) sein werden; andererseits antizipiert er genau deshalb auch deren künftigen »Tauschwert« zu einem Zeitpunkt, wo diese, wenn überhaupt, noch kaum einen ökonomischen Wert besitzen.[266] Um solches zu leisten, bedarf es, so Oevermann, denn auch einer »strukturell notwendigen Charismatisierung«.[267] Bourdieu spricht von einer ungewöhnlichen Kombination von Dispositionen: »Realismus, der minimale Konzessionen an die verleugneten (und nicht negierten) ›ökonomischen‹ Notwendigkeiten beinhaltet, und ›interesselose‹ Überzeugung, die diese ausschließt.«[268] Das Risiko des beruflichen Scheiterns, welches im kontingenten Verhältnis zwischen dem symbolischen und dem ökonomischen Wert eines Kunstwerks wurzelt, das eine Art Prophetie

266 Buchloh 2007: 17.
267 Oevermann 1997: 81.
268 Bourdieu 2001: 240.

von Gewinn erzwingt, ist für den Galeristen in den ersten Jahren beträchtlich. Es ist ein doppeltes: Der ökonomische Verlust droht, wenn er ob seiner Leidenschaft für die Kunst das Geschäft vernachlässigt, und er kompromittiert seine Reputation, wenn er keine eigensinnige Positionierung wagt und den Galeriebetrieb dem möglichst reibungslosen Absatz des konformistischen und/oder beliebigen Angebots unterordnet. Der berufliche Einstieg und das Überdauern der ungewissen Anfangsperiode erfordern neben ausreichendem ökonomischem Anfangskapital nicht nur Geschäftssinn, sondern auch Sendungsbewusstsein und den Glauben, mit einer nicht erwerbbaren, außeralltäglichen Begabung ausgestattet zu sein, die einen dazu befähigt, künstlerisches Talent frühzeitig zu erkennen, d. h. »Träger spezifischer, als übernatürlich (im Sinne von: nicht jedermann zugänglich) *gedachter* Gaben des Körpers und Geistes« zu sein.[269]

4.4.2 Unternehmerisches Handeln

Die berufliche Tätigkeit des Galeristen stellt einen extremen Fall oder besonders riskanten Typus unternehmerischen Handelns dar. Dieses ist, schreibt der Soziologe Peter Schallberger, »*charismatisch* in dem Sinne, dass in ihm neue Rationalitätsentwürfe real erprobt werden, und dass es entsprechend keine universalistisch ausformulierbare Methode gibt, nach welcher es routinemäßig abgewickelt werden kann.«[270] Die »Strukturlogik des Charismatischen« leistet zweierlei: »das Identifizieren von Krisen« und »die notwendige Risikobereitschaft für das Ausprobieren von Möglichkeiten«.[271] Der »charismatische Entscheidungsmodus« kommt in Situationen zur Geltung, in denen eingeschliffene Muster der Problembewältigung versagen, d. h. dann, wenn die »Normalität« als krisenhaft erscheint.[272] Die im Fallmaterial zu dieser Studie manifesten konkreten Szenarien und Strategien und ihre Darstellungen variieren zwar. Doch ist ausgehend von Schallbergers Arbeiten zu Unternehmensgründern zu erwarten, dass in jedem Fall charismatische Dispositionen vorliegen, die sich nicht zuletzt in einer »Disposition zum Handeln«[273] manifestieren. Galeristen müssen sich gerade auch dann ent-

269 Weber 1972 [1922]: 654.
270 Schallberger 2002: 41; vgl. ferner ebd.: 39–45.
271 Oevermann 1991: 332.
272 Schallberger 2002: 10; vgl. auch Schallberger 2007: 64–73.
273 Schumpeter 1912: 164.

scheiden können und wollen, wenn sie nicht sicher sein können, was sie mit ihrer Entscheidung konkret erreichen. Die charismatische Motivlage in reiner Form zeichnet sich dadurch aus, dass das Handeln des betreffenden Gründers bzw. Galeristen darauf abzielt, durch Konfrontation mit Krisen sein charismatisches Selbst-Vertrauen zu festigen und immer wieder neu unter Beweis zu stellen. Ein solch charismatisch motivierter Unternehmer begreift sich als »Stifter einer neuartigen Idee« (beim Galeristen manifest in der Sichtbarmachung von bis dahin nicht beachteter Kunst) und bemüht sich darum, die Gefolgschaft anderer (Kunstkritik, Kuratoren, Sammler) zu sichern, denn charismatisches Selbstvertrauen und charismatische Vertrauenswürdigkeit hängen eng zusammen.[274] Ferner strebt er die »Charismatisierung der von ihm geschaffenen Erzeugnisse« an (die symbolische Validierung der sichtbar gemachten Kunst), die zum Selbstläufer werden sollen.[275] Auf die Berufspraxis des (erfolgreichen) Galeristen übertragen, hieße letzteres, dass seine Konsekrationsmacht zusammen mit der Reputation des Künstlers den von diesem geschaffenen Werken Wert verleiht. Schließlich eignet diesem Typus ein »messianischer« Zug: »Dem bereits Existierenden soll nicht bloß eine zusätzliche Variation hinzugefügt werden. Vielmehr geht es ihm darum, mittels Innovation den Raum dessen, was zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt möglich ist, in einem substanziellen Sinne zu erweitern.«[276]

Das selbstcharismatische Vertrauen in die eigene Fähigkeit, relevante Kunst zu erkennen, aber auch das Selbstverständnis, Stifterin neuer Kunst zu sein, und die Bedeutsamkeit dieser Leistung für die eigene Reputation kommen bei Andrea Schelbert zum Ausdruck, wenn sie von einer Entdeckung in den Anfängen ihrer Galerie berichtet. Hinweise aus ihrem Bekanntenkreis und eigene Erkundungen führten sie zu einem Künstler, bei dem sie auf ein Werk eines mit diesem befreundeten Künstlers ohne Galerievertretung stieß, der sich als Umzugshelfer über Wasser hielt. Schelbert betont, dass sie nicht auf den Künstler aufmerksam gemacht wurde, sondern sie es war, die sich nach dem unbekannten (unterdessen konsekrierten) Autor des am Boden liegenden Objekts erkundigte: »Ich spürte, das ist einfach viel Power und interessant und so.« Darauf beginnt sie mit dem Künstler zu korrespondieren. »Und dieser Brief hat mich umgehauen. Es war eine Mischung aus Art Brut und, frag' mich nicht, so Einsamkeit drin. Es erinnerte mich ein wenig an Wölfli, weil so megalo Ideen dahinter waren.

274 Schallberger 2007: 64; Schallberger 2002: 35.
275 Schallberger 2007: 64.
276 Schallberger 2007: 65.

Und dann habe ich gedacht, ›Da steckt etwas dahinter‹« (Interview Andrea Schelbert, 2007).

Unter Bewährung ist im Sinne des Oevermann'schen Strukturmodells von Lebenspraxis »Erfolg im nicht endenden Kampf um die Souveränität der Lebensgestaltung« zu verstehen.[277] Die »Bewährungsdynamik«[278] setzt mit dem Bewusstsein ein, dass das eigene Leben endlich und die Zukunft offen ist: Einerseits ist die Bewährung während des Lebens nicht abschließbar, andererseits sind weder ihre noch verbleibende Dauer noch ihr Ende bekannt.

> Daraus folgt, dass das Bewährungsproblem, obwohl grundsätzlich unabschließbar, dennoch idealerweise an jeder Sequenzstelle so bewältigt sein müsste, dass aus der Retrospektive das mit dem Tod beendete Leben als bewährt gelten kann. Diese beiden Seiten der Nicht-Stillstellbarkeit des Bewährungsproblems, seine Unabschließbarkeit vor dem Tod und die Anforderung seiner Gelöstheit zu jeder Zeit – nicht das Problem der Konformität mit Standards der Ethik – machen in ihrer widersprüchlichen Einheit die Dynamik und Triebfeder der Lebensführung aus.[279]

Der Endlichkeit der eigenen Existenz gewahr zu sein bedeutet gleichzeitig auch, sich der Beschränktheit der »Praxiszeit« bewusst zu sein; der dadurch entstehende »Handlungsdruck« artikuliert sich in »Entscheidungskrisen« als »widersprüchliche Einheit von Entscheidungszwang und Begründungsverpflichtung«.[280] Kein Individuum kann solchen Krisen ausweichen, ohne seine Autonomie und folglich die Verbindlichkeit sozialer Interaktionen und Arrangements (seine Sozialität) zu negieren. Eine Entscheidung zu rechtfertigen heißt, sie als vernünftig bzw. vernünftiger als andere Optionen begründen zu können.[281] Bewährung entspricht somit einer Art normativem Druck oder sittlichen Verpflichtung, die sich auch im beruflichen Handeln als einer Dimension von Lebenspraxis niederschlägt. Für Galeristen stellt sich die Frage der Bewährung besonders akut, da einerseits ihr berufliches Handeln unternehmerisch, d. h. (insbesondere was den Berufseinstieg anbelangt) strukturell charismatisch ist und damit stets eine Behauptung oder Versprechung impliziert, die sich immer erst in der Zukunft retrospektiv als fundiert bzw. legitim erweisen kann, und sie andererseits in einem Feld operieren, in dem die Akteure (zuvorderst die Künstler) dazu angehalten werden, nicht – routinisiert – Bewährtes zu reprodu-

277 Oevermann 1995: 63f.
278 Oevermann 1999: 313–321.
279 Oevermann 1999: 317.
280 Oevermann 1995: 35, 39.
281 Oevermann 1995: 37.

zieren, sondern im Sinne der Innovationsverpflichtung quasi systematisch Neues zu schaffen.

Aufschlussreich hinsichtlich der Motiviertheit des beruflichen Handelns des Galeristen, der stets tendenziell im Verdacht steht, sich vornehmlich von seinem geschäftlichen Kalkül leiten zu lassen, ist die Erkenntnis, dass zumindest im Fall des »›kompletten‹ Charismatikers«[282] ökonomische Überlegungen bei der Gründung eines Unternehmens irrelevant sind. Vielmehr stehe an dessen Anfang »die Entdeckung einer substanziellen Krise des realen Lebens«[283] – auf den Galeristen im Feld der Gegenwartskunst bezogen, etwa die Feststellung, dass relevante Kunst ignoriert wird oder dass Gegenwartsphänomene in der sichtbaren, rezipierten Kunst noch nicht adäquat verarbeitet worden sind und solche Kunst folglich erst noch entdeckt werden muss. Der komplette Charismatiker »erblickt seine Sendung darin, etwas substanziell Neues zu schaffen; freilich ohne bereits jetzt begründet davon ausgehen zu können, dass ihm dies jemals gelingen wird. Sein Entscheid, zu handeln, kann sich denn folglich nicht auf ein rationales Kalkül, sondern ausschließlich auf Charisma abstützen […].«[284] Weber zufolge ist »[r]eines Charisma […] spezifisch *wirtschaftsfremd*. Es konstituiert, wo es auftritt, einen ›Beruf‹ im emphatischen Sinn des Worts: als ›Sendung‹ oder innere ›Aufgabe‹. Es verschmäht und verwirft, im reinen Typus, die ökonomische Verwertung der Gnadengaben als Einkommensquelle […].« Deshalb stellt es gerade auch im Feld der Wirtschaft und der Kunst eine »große revolutionäre Macht« dar.[285] Unternehmerisches Handeln wurzelt nicht in einem »Nutzenkalkül«; deshalb versagt gemäß Schallberger »überall da, wo Neues entsteht, das ökonomische Modell einer rationalen Wahl systematisch […]. Innovationen gründen genuin auf einem Akt der spontanen, resp. charismatischen Behauptung von etwas, das da kommen wird, ohne dass zum Zeitpunkt dieser Behauptung der mit ihr verbundene Anspruch auf Begründbarkeit bereits eingelöst werden könnte.«[286]

Sozusagen idealtypisch kommt der charismatische Entscheidungsmodus bei einer befragten New Yorker Galeristin zum Ausdruck. Sie hatte nach

282 Schallberger 2007: 66; vgl. auch Schallberger 2002: 34–37.
283 Schallberger 2002: 17.
284 Schallberger 2002: 17.
285 Weber 1972 [1922]: 142.
286 Schallberger 2002: 44, 42, 23. Vgl. zum Zusammenhang von Charismatisierung und Entstehung von Neuem Oevermann 1999: 294–297 sowie zu Krise und Charisma Oevermann 1995: 44–51.

mehreren Jahren – nach eigenem Bekunden erfolgreicher – Tätigkeit ihre Stelle als *director* in einer etablierten Galerie gekündigt, war zwischen 25 und 30 Jahre alt und konnte es sich finanziell leisten, ohne Zeitdruck für ihre Zukunft verschiedene Optionen zu erwägen. Gleichwohl befand sie sich in einer Situation, die deshalb krisenhaft war, weil sie zu deren Klärung nicht auf ein Rezept zurückgreifen und nicht von vornherein wissen konnte, ob sich ihre Entscheidung als vernünftig erweisen würde. Ihre ostentative Selbstcharismatisierung und der exaltierte Duktus verweisen auf den von Schallberger rekonstruierten Typus der narzisstischen Motivlage von Unternehmensgründern, die sich unter anderem in einem »vordergründig charismatischen Auftritt« äußern und von einer »Phantasie von Genialität und Omnipotenz« herrühren kann.[287] Sie habe nicht gewusst, was sie tun wolle, resümiert Selma Sharrock ihre damalige Befindlichkeit, und erzählt, wie sie eines Tages auf einem Spaziergang mit ihrem Hund eine Entdeckung machte: »And I walked down the street, and I looked up, and there was this crazy fucking building. On [A.] Street. And it was three floors high, and, on the awning outside of it, it said ›Kunst‹, k-u-n-s-t. And I was, like, ›What the fuck! This place is like a ready-made!‹ And there was a little note saying, ›Available for rent‹. And I was, like, ›Oh fuck this! Here is my sign. I gotta get this place!‹« Sharrock treibt etwas Startkapital auf und eröffnet ihre Galerie mit der Ausstellung eines jungen europäischen Künstlers. »And he had never done a big installation, and I said, ›Hey‹, I said, ›I've a little bit of money, go crazy, do a big installation. Use the building, do what you wanna do!‹ So he starts figuring out how much money he needs. And I'm like, ›Fuck!‹« Die Produktion des ortsspezifischen Werks finanziert sie schließlich, indem sie einem europäischen Galeristen für 20 000 Dollar zuvor ein anderes Werk des Künstlers verkauft. »And the exhibition was, like, probably one of the most amazing things that happened in New York in the last, like, whatever, it was right after September eleventh. Nobody was doing anything, and it was like this incredible installation and launched the gallery. And it launched his career« (Interview Selma Sharrock, 2009).

Nicht unwesentlich in Bezug auf die Funktion des Galeristen ist die Erkenntnis, dass der Unternehmer nicht unbedingt auch gleichzeitig Erfinder sein muss – die Rolle, die im Feld der Kunst dem Künstler, dem Produzenten im engeren Sinn also, vorbehalten ist. Ausschlaggebende Disposition

287 Schallberger 2007: 72f.

des Unternehmers, so Schallberger, ist nicht »ein Hang zum Schmieden von Plänen«,[288] sondern die »Kraft zur Tat«:

Eine Minorität von Leuten mit einer schärfern Intelligenz und einer beweglichen Phantasie sehen zahllose neue Kombinationen. Mit offenen Augen blicken sie in die alltäglichen Vorkommnisse und eine Menge Ideen suggerieren sich ihnen wie von selbst. […] Dann aber gibt es eine noch geringere Minorität – und diese *handelt.* Ob sie den Plan ihrer Tat selbst konzipierten [oder] einen der vielen, die der ebenerwähnte Typus unaufhörlich hervorbringt, aufgriffen, das ist ganz gleichgültig. Die neuen Kombinationen kann man immer haben, aber das Unentbehrliche und Entscheidende ist die Tat und die Kraft zur Tat. […] Es ist jener Typus, der hedonistisches Gleichgewicht verachtet und nicht ängstlich auf das Risiko blickt. Die Folgen, die eine Niederlage für ihn haben muss, […] beachtet er nicht. Sehr gleichgültig ist ihm, was [andere] zu seinem Unternehmen sagen werden […]. Und was immer seine Lage ist, […] es ist die Tat, die ihn lockt. So ist also die Energie das entscheidende Moment und nicht die ›Einsicht‹ allein. […] Auf die Disposition zum Handeln kommt es an.[289]

Zu einer Unternehmensgründung bedarf es eines minimalen ökonomischen Startkapitals, und die »Kraft zur Tat« künftiger Galeristinnen und Galeristen ist diesbezüglich mit verschiedenen Ausgangsbedingungen konfrontiert. Der Schritt in die berufliche Selbstständigkeit vollzieht sich entweder (und – mit Blick auf das empirische Material zu dieser Studie – meistens) in der Gestalt einer Zäsur oder als Anlauf parallel zu einem bestehenden Anstellungsverhältnis. Für letzteres steht Alfred Rückert (Kapitel 5.4.2), der wie gut die Hälfte der New Yorker Fälle im Sample *director* in einer Galerie war, bevor er sich selbstständig machte. Anders als die impulsivere Selma Sharrock, die auf ein »Zeichen« reagiert – eine Art Offenbarung, die der Erzählung Züge eines Gründungsmythos verleiht –, improvisiert er nicht, sondern geht umsichtig vor. Er handelt Arbeitszeiten aus, die es ihm während mehrerer Monate erlauben, ab vier Uhr nachmittags seine eigenen Räumlichkeiten in einem fünften Obergeschoss am Broadway für das Publikum zu öffnen.

Also, ich hab da gewohnt und hab dann so eine Mauer gezogen. Und hinter der Mauer hab ich meine Matratze gehabt, und vorne war der Ausstellungsraum. Und dann haben wir so eine *shower* eingebaut. Also, es war jetzt nicht die schönste Zeit meines Lebens, aber es war die einzige Möglichkeit, das zu machen. Und ich hatte mir damals – weiß nicht, was – noch vier-, fünftausend Dollar von Papa geliehen

288 Schallberger 2002: 45.
289 Schumpeter 1912: 163f.

usw., und war natürlich bank-, also pleite, beim Eröffnungstag war ich schon pleite (Interview Alfred Rückert, 2009).

Die finanzielle Unterstützung der Eltern oder Lebensgefährten ist in den Interviews in der Regel dann thematisch, wenn ökonomisches Kapital in der Familie nicht bereits reichlich vorhanden ist. Eine Schilderung der eindringlicheren Sorte (ein Beispiel der Zäsur-Variante des beruflichen Einstiegs) bietet Stanley Lowell (Kapitel 5.3.2), dessen Anstellungsverhältnis als *director* abrupt endet. Sie evoziert mit ihrem sozialdarwinistischen Einschlag das Deutungsmuster des aus bescheidenen oder prekären Verhältnissen zu Respekt und Wohlstand sich hocharbeitenden amerikanischen *self-made man*: Entgegen der landläufigen Meinung habe er es ohne Kapitalgeber in New York zu Erfolg gebracht. Mit dem Rücken zu Wand – »I started with nothing« –, habe er nur dank unermüdlicher Arbeit überlebt und sei so zum Galeristen geworden (Interview Stanley Lowell, 2010).

5. Vier Typen des beruflichen Selbstverständnisses

Die nun folgenden vier Abschnitte zu Betriebsführung, Wahlverwandtschaften, *Curating* und Beratung entsprechen vier Idealtypen, d. h. spezifischen Konfigurationen beruflich relevanter Deutungsmuster und habitueller Dispositionen, die Galeristinnen und Galeristen kennzeichnen, die seit kürzerer oder längerer Zeit im Zentrum des Kunstfeldes operieren.[290] In den elf porträtierten Fällen sind auf prägnante Weise Eigenschaften sowie Interpretationen des Berufs repräsentiert bzw. objektiviert, die sich im Verlauf der materialen Analyse in Bezug auf das berufliche Handeln in der Galerie als typisch erwiesen haben (zu berücksichtigen ist hierbei, dass sechs der 23 Fälle die Galerie in Partnerschaft betreiben und folglich anzunehmen ist, dass ihre Eigenschaften in irgendeiner Weise komplementär zu jenen des Geschäftspartners sind). Zur Schärfung der Typen-Konturen und Plausibilisierung der Gesättigtheit der Resultate wird zusätzliches Fallmaterial beigezogen. Die Typisierung setzt bei der Auslegung des Arbeitsbündnisses durch die Galeristen an. Um eine einem Bündnis verwandte Beziehungsform handelt es sich bei der Beziehung Galerist-Künstler, weil sie ähnlich wie eine professionalisierte Praxis durch die Gleichzeitigkeit von spezifischen bzw. rollenförmigen und diffusen Anteilen bestimmt ist; die Berufspraxis des Galeristen, der Galeristin erfordert sowohl Rollenhandeln als auch Handeln als ganze Person. Ausgehend von der Rekonstruktion der Gestaltungen des Arbeitsbündnisses lassen sich auch Interpretationen anderer in den Interviews thematisierter Aspekte des Berufs in ihren Typiken erschließen.

Eine Typologie impliziert, dass kein Fall des Samples einen der vier rekonstruierten Typen in reiner Form verkörpert. Sie impliziert auch, dass die elf porträtierten Fälle unterschiedliche Schattierungen eines Typus darstellen und Züge von mehr als einem Typus aufweisen können, d. h. Überlappungen möglich sind – nur schon deshalb, weil sie alle einen kommer-

290 Vgl. dazu auch Gautier 2019.

ziellen Betrieb führen, weil sie alle die Künstler beraten oder weil sie alle Kunst auswählen. Ferner schließen sich Typus (bzw. Struktur) und Transformation nicht a priori gegenseitig aus.[291] Die Art und Weise des Tätig-Seins oder die Verfahrensweise – der Modus Operandi – von Galeristen können über die Jahre hinweg relativ konstant sein, sich aber auch markant verändern (typischerweise jedoch nicht die habituellen Dispositionen). In gewissen Fällen lässt sich relativ gut rekonstruieren, dass z. B. anfänglich wahlverwandtschaftliche Verhältnisse einem kuratierenden Selbstverständnis Platz gemacht haben oder ein kuratierendes Selbstverständnis in einen betriebsführenden Modus übergegangen ist. In den meisten Fällen jedoch dürfte sich die Beziehung Galerist-Künstler auf Dauer versachlichen. Dies hängt oft, wie noch zu zeigen sein wird, mit Altersunterschieden bzw. einer unterschiedlichen »Generationslagerung«[292] zusammen. Die Versachlichung kann aber auch eine Folge der parallel gelingenden Praktiken von Künstler und Galerist sein, insofern einerseits mit der angestoßenen Rezeption und wachsenden Reputation eines Künstlers sukzessive zusätzliche Akteure ins Spiel kommen, welche die wechselseitige Fixierung der Bündnispartner schwächt, und sich der Künstler dadurch andererseits aus dem Abhängigkeitsverhältnis, in dem er sich im frühen Stadium des Bündnisses befindet, lösen und mehr Autonomie beanspruchen kann. Eine solche (Macht-)Verschiebung manifestiert sich unter Umständen ganz konkret darin, dass etablierte Künstler der Galerie weniger Provision auf den Verkaufserlös abtreten müssen als junge. In jedem Fall dürfte sich das Verhältnis also versachlichen oder nüchterner werden, wenn die Galerie als Betrieb wächst. Bezüglich der Auslegung des Arbeitsbündnisses – so viel sei vorweggenommen – liegen der Typus Betriebsführung und der Typus Wahlverwandtschaften an den entgegengesetzten Polen eines Kontinuums. Am nüchternsten und sachlichsten ist die Arbeitsbeziehung, die der Typus Betriebsführung zum Künstler unterhält, während sie im Fall des wahlverwandtschaftlichen Typus am diffusesten ist, d. h. auf beiden Seiten wesentlich mehr von der ganzen Person umfasst. Die beiden anderen Typen, *Curating* und Beratung, liegen zwischen diesen Polen.

Diese Typisierung der Arbeitsbeziehung lässt sich ins Verhältnis zum doppelten Gegenstand der Berufspraxis setzen: Künstler und Kunst. Diese hat sich immer auf beide zu beziehen, ist beiden verpflichtet, wird jedoch konkret unterschiedlich ausgeformt, d. h. unterschiedlich stark mit der

291 Vgl. zur »Historizität« des Strukturbegriffs Oevermann 1991: 273–276.
292 Mannheim 1964 [1928]: 543.

Person des Künstlers bzw. mit dessen Werk (namentlich dessen Platzierung und Kurs am Markt) befasst sein. Auch wenn die Platzierung des zu veräußernden Kunstwerks zu den strukturellen Handlungsproblemen und das Arbeitsbündnis zu den konstitutiven Merkmalen des Berufs zählen, kann der Galerist selbst durchaus unterschiedlich viel Zeit und Ressourcen darauf verwenden. In einer etablierten Galerie mit einer größeren Zahl etablierter Positionen ist die Arbeitsteilung beispielsweise tendenziell ausgeprägter, d. h. auch der Delegierungsgrad höher, und die Nachfrage nach gewissen Positionen so groß, dass die Hauptsorge sich von der Sichtbarmachung eines Künstlers und dessen Begleitung in Perioden mit geringer Resonanz hin zur Platzierung der Werke in möglichst prestigeträchtigen Sammlungen und zur Sondierung des Sekundärmarkts und Gestaltung des ökonomischen Werts verschoben hat.

5.1 Betriebsführung

Der betriebsführende Typus Galeristin bzw. Galerist ist das Kind eines beruflich Selbstständigen; es kann sich um den Betreiber eines Kleingewerbes, einen Industriellen, einen im Dienstleistungssektor Tätigen, der Kunst sammelt, den Vertreter einer Profession oder um einen Künstler handeln. Diese »unternehmerische« Tradition reicht zum Teil bis in die Großelterngeneration zurück. Mütterlicherseits kann es sich um die Partnerin des Gatten im Familienbetrieb handeln, um eine Akademikerin und beruflich Selbstständige im Bildungsbereich, aber auch um eine Hausfrau mit Abitur oder College-Abschluss. Die im Rahmen dieser Studie erhobenen Daten zu den Frauen in den jeweiligen Generationenfolgen weisen generell mehr Lücken auf als jene zu den Männern. Zudem ist bei den berufstätigen Müttern häufig nicht klar, wann sie ihren Beruf ausgeübt haben, ob ausschließlich vor der Mutterschaft oder auch später noch. Sind die Mütter nicht erwerbstätig bzw. primär für die Erziehung der Kinder zuständig, ist typischerweise mehr zu ihrer Herkunft als zu ihnen selbst bekannt. Bei diesem Typus sind die Großeltern im einen Fall eine Lehrerin und ein Volkswirt, im anderen ist der Großvater ein vermögender Immobilienunternehmer. Zwei der vier diesem Typus zurechenbaren Fälle sind in den 1940er Jahren zur Welt gekommen und haben ihre Galerie in den frühen 1980er Jahren eröffnet, zwei sind um 1960 geboren und haben sich in den 1990er Jahren selbstständig gemacht. Es handelt

sich um Frauen: zwei Europäerinnen aus dem deutschsprachigen Raum und zwei Amerikanerinnen.

Die älteren Galeristinnen, die ihr Geschäft beide zusammen mit einer Geschäftspartnerin betreiben, vertreten eine ganze Reihe der anerkanntesten zeitgenössischen Künstlerinnen und Künstler; die eine (Diane Shelley) ist in New York ansässig, die andere (Marie Feldmann) in zwei europäischen Ländern präsent, unterdessen jedoch auch in den USA sowie mit einem Außenposten ohne Schauraum in China. Die New Yorkerin Shelley vertritt 21 (2009) bzw. 27 (2018) Künstler und beschäftigt hierfür zehn (2009) bzw. zwölf (2018) Angestellte; Feldmann vertritt 38 (2007) bzw. 64 (2018) Künstler und hat 21 (2007) bzw. 56 (2018) Angestellte. Angaben zum Umfang des Programms stützen sich auf die Listen der Namen, die auf der Homepage der Galerie figurieren (Künstlerkollektive werden als ein Künstler gezählt). Allerdings verfahren die Galerien diesbezüglich weder einheitlich noch geben diese Listen stets verlässlich darüber Auskunft, ob es sich um ein aktuelles oder um die Spuren bzw. Restbestände eines vergangenen, aufgelösten oder durch den Tod eines Künstlers beendeten Arbeitsbündnisses handelt. Galerien pflegen zudem auch die Namen verstorbener Künstler aufzuführen, die sie zu deren Lebzeiten unter Umständen nicht vertreten haben, deren Nachlässe sie aber verwalten. Die Angaben zum Personalbestand wurden mittels eines Fragebogens erhoben und gegebenenfalls durch Informationen auf der Homepage der Galerie ergänzt. Von den jüngeren, nachfolgend porträtierten Galeristinnen, die zum Zeitpunkt des Interviews beide von einem Standort aus tätig sind, vertritt Ida Haufler sowohl mehr Künstler (2007: 30, 2018: 46) als auch deutlich mehr etablierte Positionen als die New Yorkerin Lena Crumb (2009: 21, 2018: 30). Haufler beschäftigt 15 (2007) bzw. 17 (2018), Crumb acht (2009) bzw. 23 (2018) Personen.

Der Typus Betriebsführung hat ein Studium absolviert; ist dieses nicht künstlerisch oder kunstnah, so ist es geisteswissenschaftlich. Bevor der Typus sich selbstständig macht, arbeitet er im reinen Kunsthandel oder in einer Galerie. Wird ein Anlauf zu einer künstlerischen Praxis unternommen (was auf Feldmann und Haufler zutrifft), ist dieser ernsthaft und überlegt, doch wird er abgebrochen, bevor die Frage nach dem Gelingen der Praxis wirklich beantwortet werden kann (er insistiert diesbezüglich weniger als Fälle des Typus *Curating* mit einer künstlerischen Vergangenheit). Die pragmatische Orientierung am Erfolg der gewählten Tätigkeit ist stärker als die Motivierung zu einer bestimmten Tätigkeit. Der betriebsführende Typus handelt strategisch, umsichtig und planmäßig. Zur bereits Jahre zurückliegenden Er-

öffnung einer Niederlassung im Ausland bemerkt Feldmann: »Die Galerie in [S.] haben wir in erster Linie auch aufgemacht, um Macht zu demonstrieren. Das ist ganz einfach. Also ich könnte genauso gut, sagen wir mal, das, was mich eigentlich interessiert, in einer kleinen Galerie irgendwie in [H.] im Hinterhof machen. Aber so kriegt man, wird man nicht mehr gehört heutzutage, ausreichend« (Interview Marie Feldmann, 2007). In seiner besonders pragmatischen – und gleichzeitig mit dem geringsten symbolischen Kapital ausgestatteten – Variante (Crumb) verfährt dieser Typus gemäß dem Prinzip des *trial and error*. Angesichts der schieren Unübersichtlichkeit der Kunstproduktion und Unberechenbarkeit der Feldkräfte neigt er zu raschen Anpassungen des Programms und der Räumlichkeiten, um kurzfristig die ökonomische Subsistenz der Galerie zu sichern. Entsprechend wird der personalisierten Praxis des Arbeitsbündnisses weniger Bedeutung für den Bestand der Arbeitsbeziehung mit dem Künstler zugemessen als dem ökonomischen Profit, den er als Vermittler erzielt.

Die dominante bzw. reinste Ausprägung des Typus zeichnet sich jedoch durch ein versachlichtes Arbeitsbündnis als weitgehend delegierte Dienstleistung aus, die den Angelpunkt einer rationalisierten, arbeitsteiligen Organisation der Galerie bildet. Diese ist jedoch keinesfalls per se ein Indiz für die Privilegierung des ökonomischen Profits, sondern häufig das Ergebnis einer zentralen Position im Feld. Der durch ein großes Programm mit etablierten Positionen verursachte Aufwand (Produktion, Dokumentation, Archivierung, Verkehr mit nichtkommerziellen Schauräumen) und die Sondierung des Sekundärmarkts und Verbleibs der Werke sind in solchen Interviews als Manifestationen beruflichen Erfolgs thematisch. Der zeitdiagnostische Blick auf das Kunstfeld, die Kommodifizierung und die heteronomen Kräfte (Erwerb von Kunst zum Zweck sozialer Distinktion) ist nüchtern, distanziert und bisweilen analytisch. So deutet etwa Shelley die horrenden Auktionsergebnisse knapp als Konsumverhalten Geltungssüchtiger: »It's like going to Las Vegas or so. And it's this whole social scene, and you go, and you bid on something, and everybody knows that you're the one that paid like a zillion dollars for it« (Interview Diane Shelley, 2009). Analog zu seiner Feldperzeption schreibt sich der betriebsführende Typus die Fähigkeit zu, Innovation bzw. künstlerische Potenziale anhand eines Rasters explizierbarer Kriterien/Kategorien (wie »Thematik«, »Umsetzung«, »Generation« oder »Gesellschaft«) zu identifizieren. Die systematische Rekrutierung (immer) jüngerer Künstler, d. h. die Erweiterung des Programms über die eigene Generationslagerung hinaus, ist tendenziell eine arbeitsteilige Anstrengung, die Geduld

und Beharrlichkeit verlangt und in die andere Akteure, namentlich die Delegierten und die Künstler des Programms, involviert sind.

Die nun folgenden beiden Fallporträts stehen für die besonders rationale (Haufler, Kapitel 5.1.1) und die besonders pragmatische (Crumb, Kapitel 5.1.2) Ausprägung des betriebsführenden Typus. Zugleich verkörpern die Fälle bezüglich Herkunftsmilieu und biografischem Verlaufsprofil zwei verschiedene Typen: die intellektuell ehrgeizige soziale Aufsteigerin aus einem ländlichen, bildungs- und kunstfernen Milieu (Haufler) und die in privilegierten Verhältnissen aufgewachsene Tochter eines New Yorker Börsenhändlers (Crumb). Eingeflochten in das Porträt von Haufler sind zur Sättigung des Typenprofils Auszüge aus dem Fallmaterial zu Marie Feldmann.

5.1.1 Eine Frage der Organisation

> Ich habe mich dann für Kunst interessiert, bin früh schon in [R.] – als ich mit 16 dort zur Schule ging, da gab es kaum Galerien […]. Es gab auch eine Kunsthochschule. Da habe ich mich mit Studenten von dort angefreundet, so als ich 16, 17 war, vor der Matur, und habe mich eigentlich immer schon in dem Umfeld gesehen. Es war natürlich dann ein längerer Weg, in dieses Umfeld wirklich zu kommen. […] Es gibt eigentlich keinen bestimmten Auslöser. […] Es war eigentlich mir immer ein Anliegen, unabhängig zu sein, und das habe ich halt so irgendwie entwickelt. So kam ich zur Kunst (Interview Ida Haufler, 2007).

Systematische Annäherung an das Kunstfeld

Ida Haufler kommt in den 1950er Jahren als drittes von vier Kindern zur Welt. Ihr Vater, Sohn eines »Arbeiters« (Haufler), hat das Kleingewerbe des Schwiegervaters übernommen und betreibt es zusammen mit seiner Frau bis zu seinem Ruhestand und der Schließung des Gewerbes. Haufler wächst in einem ländlichen, katholisch geprägten kleinbürgerlichen Milieu auf. Mindestens drei der vier Kinder steigen bildungsmäßig auf. Der Bruch mit dem Herkunftsmilieu, den ein aufstiegs- oder zumindest bildungsorientiertes familiales Umfeld genährt haben dürfte, ist bei den Töchtern am deutlichsten. Die älteste wird Gymnasiallehrerin, der für die Betriebsnachfolge vorgesehene Sohn arbeitet nach einer Umschulung in der Automobilindus-

trie im »Sicherheitsbereich« und die beiden jüngeren Töchter wenden sich spätestens mit einem Hochschulstudium der künstlerischen Praxis zu (die Jüngste ist Künstlerin). Andererseits kann gerade bei den beiden jüngsten Kindern von einer Kontinuität in Bezug auf die mütterlicherseits bestehende »unternehmerische« Tradition gesprochen werden, insbesondere bei der Galeristin.

Die Bildungs- und Berufsbiografie von Ida Haufler lässt sich zunächst als eine sukzessive, räumliche wie soziale Absetzbewegung vom Herkunftsmilieu und eine schrittweise Annäherung an das Kunstfeld beschreiben. Wie ihre ältere Schwester besucht sie das Gymnasium (in den 1970er Jahren lag der Bevölkerungsanteil mit einem solchen Abschluss bei 6 bis 7 Prozent). Sie tut dies aus unbekannten Gründen nicht in der nahe gelegenen Kleinstadt, sondern im mindestens eine Stunde Zugfahrt entfernten Hauptort. Mit der Ausbildung zur Keramikerin an einer »Kunstgewerbeschule«, die sie an das Gymnasium anschließend absolviert, entscheidet sie sich gegen ein – tendenziell wiederum allgemeinbildendes – Hochschulstudium und stattdessen für eine Berufsausbildung. Sie knüpft an die gewerbliche Tradition des Elternhauses an und signalisiert eine Präferenz für eine Berufspraxis, die konkrete Güter erzeugt sowie konkrete gestalterische und technische Problemstellungen behandelt. Entweder hat sie keine größeren Affinitäten zur intellektuellen Durchdringung von Sachverhalten entwickelt oder eine solche Betätigung ohne Anbindung an eine spezifische Berufspraxis ist ihr zu abgehoben und unverbindlich. Die Berufslehre fällt mit dem Auszug aus dem Elternhaus zusammen und einer erneuten, noch größeren räumlichen Distanzierung von ihrem Herkunftsort. Diese Mobilität könnte mit der relativ geringen Zahl an Kunstgewerbeschulen zusammenhängen, jedoch kaum mit einem Curriculum, das nur an einer Ausbildungsstätte angeboten wird. Sie könnte auch darin begründet sein, dass Haufler an einem fernen, fremden Ort jenen Freiraum sucht, den sie zu einer gelingenden Individuierung benötigt. Ihre Ausbildung führt sie für mehrere Jahre in eine Großstadt, einen wichtigen Wirtschafts- und Bildungsstandort.

Nach ihrer kunsthandwerklichen Ausbildung bricht Ida Haufler erneut auf und besucht in einer europäischen Metropole die Kunsthochschule. Sie hat sich dem Feld der Kunst überlegt und in Etappen genähert. Die Daten zum Herkunftsmilieu lassen vermuten, dass sie die Impulse hierfür vor allem im Verlauf der Sekundärsozialisation empfängt. Die Notwendigkeit individueller und antagonistischer Profilierung im Kunstfeld steht darüber hinaus mit größter Wahrscheinlichkeit im Widerspruch zu den in einem ländlichen

Milieu herrschenden normativen Setzungen, die eher Konformität als originäre Entfaltung einfordern und begünstigen. Die bildungsmäßige Ablösung vom Herkunftsmilieu und das räumliche Wegstreben vom Herkunftsort erscheinen in dieser Perspektive als zwei sich gegenseitig bedingende Dimensionen eines Emanzipationsprojekts bzw. Lebensentwurfs, der Haufler nur in der Fremde realisierbar erscheint. Dass sie sich für die Rolle der Künstlerin – des im Feld exponiertesten und verletzlichsten Akteurs – entscheidet, setzt einerseits Sendungsbewusstsein sowie Zuversicht und Bereitschaft zum Risiko voraus. Andererseits wird sie über jene Neugierde und intellektuelle Aufgeschlossenheit verfügen, die notwendig sind, um in Auseinandersetzung mit der Kunstgeschichte eine eigenständige Position zu finden und im besten Fall die feldspezifische Verpflichtung zur Innovation zu erfüllen. Haufler betritt das Feld der Kunst in den 1980er Jahren, als dieses wie nie zuvor von Vermarktungsstrategien der Kulturindustrie erfasst wird, die nicht zuletzt auch von der künstlerischen Praxis das Bild einer durchaus profitablen Tätigkeit vermitteln. Die Aussicht, mit strategischem Gespür und Hartnäckigkeit als Künstlerin ein Auskommen zu finden, könnte ihr den Schritt vom Kunsthandwerk zur Kunst erleichtert haben.

Während des Studiums tut Ida Haufler etwas für Studierende und Künstlerinnen nicht ganz Unübliches; sie arbeitet während eineinhalb Jahren als Hilfskraft in einer Galerie und greift insofern das Gewerbsmäßige nach kurzer Zeit wieder auf. Die Galerie wird von einer Frau betrieben und zählt an ihrem Standort zu den im Bereich der Gegenwartskunst profiliertesten und mit rund 15 Jahren Existenz auch etablierten Geschäften. Eher ungewöhnlich ist jedoch, dass Haufler in der Galerie eine Ausstellung organisiert. Sie hat offensichtlich in kürzester Zeit mit ihrer Leidenschaft, ihren Kenntnissen des Feldes, intellektueller Agilität, analytischen und konzeptionellen Fähigkeiten auf sich aufmerksam gemacht und die 20 Jahre ältere Besitzerin von der Stringenz ihres Projekts überzeugen können. Allein die objektiven Daten weisen darauf hin, dass dieser Erfolg für Hauflers berufliche Zukunft zum Schlüsselmoment wird und in ihm wesentliche Eigenschaften zum Ausdruck kommen, die später ihren beruflichen Erfolg als Galeristin ermöglichen. Zum Zeitpunkt des Studienabschlusses Ende der 1980er Jahre hat sie Pläne bezüglich einer eigenen künstlerischen Laufbahn bereits aufgegeben und bewirbt sich erfolgreich auf ein Stelleninserat als Programmverantwortliche eines Schauraums zur Förderung junger Künstler, den sie in den nächsten zehn Jahren leitet. Um auf eine solche Position berufen zu werden, muss sie abgesehen von Plänen für Ausstel-

lungen mit Sicherheit (in ihrem Fall schon frühzeitig, bereits während des Studiums akkumuliertes) soziales Kapital vorweisen können, das den sie anstellenden Verein davon überzeugt, dass sie ihre »Programmvorstellungen« realisieren kann.

Bestärkt durch die Einblicke in den Galeriebetrieb gelangt Ida Haufler sehr rasch zu der Einsicht, dass eine eigene künstlerische Praxis nicht die Befriedigung und/oder den angestrebten Erfolg verspricht. Sie legt Realitätssinn und Pragmatismus, aber auch Selbstsicherheit und Zielstrebigkeit an den Tag, verliert keine Zeit und nimmt sich eine andere Rolle im Feld vor, die seit Harald Szeemann ähnlich wie die künstlerische Praxis Raum für eine Autorschaft mit eigener Handschrift bietet. Sie tritt ihre Stelle an, bevor die Wirtschaftskrise der 1990er Jahre den Markt für Gegenwartskunst erfasst und kurz bevor parallel zum expandierenden Biennalewesen die Kuratorenfunktion sich zu einer deutungsmächtigen Position im Feld entwickelte. Auch der endgültige Übertritt ins Erwerbsleben mit etwa 30 fällt für Haufler mit einem Aufbruch in die Fremde zusammen. Sie zieht ins Ausland. Trotz gewisser inhaltlicher Vorgaben führt sie den Schauraum nach eigenem Bekunden ambitioniert und nach eigenem Gutdünken wie eine »Programmgalerie«, die auch verkauft. Auf ihre Anfänge als Galeristin angesprochen, schlägt Haufler ihre Zeit als Programmverantwortliche denn auch stillschweigend zu ihrer Karriere als Galeristin. Sie nimmt die Beschaffung zusätzlicher Mittel selbst in die Hand und gewinnt neue private Geldgeber, unter anderem einen Händler, den künftigen Geschäftspartner, als stillen Teilhaber. Aus dieser von Haufler angeregten Verbindung geht um die Jahrhundertwende eine der mächtigsten europäischen Galerien für Gegenwartskunst hervor.

Autonomie und Anerkennung

Ida Hauflers Berufswahl ist das Ergebnis einer Krise, die sie im Interview in nüchternem, analytischem Duktus selbstbewusst als ein Scheitern an den eigenen Ansprüchen – und nicht etwa in den Augen anderer – darstellt (freilich kann sich eine solche Abgeklärtheit vermutlich erst dann einstellen, wenn man anderweitig Anerkennung gefunden hat). Sie bricht das lange gehegte Projekt, Künstlerin zu werden, ab. Sie tut dies verhältnismäßig frühzeitig, nämlich zu einem Zeitpunkt, als sie in einem pädagogischen Setting in erster Linie Inhalte absorbiert und nach Vorgaben arbeitet und eine autonome künstlerische Praxis noch gar nicht ausprobieren und entwickeln konn-

te. Insofern wird die dualistische Devise Können/Nichtkönnen, die Haufler in der Eingangssequenz des Interviews formuliert, dem Handlungsproblem, mit dem sie konfrontiert ist, nicht ganz gerecht. Sie kann die Frage während des Studiums noch gar nicht geklärt haben. Wahrscheinlicher ist, dass ihr die Arbeit in der Galerie einfach mehr Freude bereitet und rascher ein Erfolgserlebnis beschert hat. Danach gefragt, wie es dazu gekommen ist, dass sie eine eigene Galerie eröffnet hat, antwortet Haufler, sie habe ursprünglich Künstlerin werden wollen. »Und habe dann so die letzte Zeit während meines Studiums doch schwere Bedenken gehabt, dass ich als Künstlerin so gut wäre, wie ich aus meiner Beurteilung mir gegenüber war, eigentlich, dass ich nur schlechte Kunst produzieren könnte, im Gegensatz zu der Kunst, die ich selber schätze. Und das ist, glaube ich, auch ein ganz wichtiger Ansatz, dass man beurteilen kann, was man kann und was man nicht kann.« Auf ihre »Bedenken« reagieren befreundete Studenten, indem sie Haufler mit einer Geschäftsidee zum Berufseinstieg ermuntern: »›Es gibt doch so wenig gute Galerien. Mach' doch 'ne Galerie, und wir können dann [bei] dir ausstellen.‹ So hat das begonnen.« Haufler skizziert an dieser Stelle einen Typus, den z. B. Verlaine für Paris beschreibt.[293]

In eine Krise gerät Ida Haufler, weil es ihr weniger darum geht, etwas ungeachtet äußeren Beifalls schlicht gerne zu tun, als vielmehr etwas erfolgreich zu tun. Sie situiert ihr berufliches Handeln in einem Horizont sozialer Anerkennung und ist als Studentin nicht bereit, die einer künstlerischen Praxis inhärente Ungewissheit auszuhalten und sich mit Hingabe einer Tätigkeit um ihrer selbst willen zu widmen. Der entscheidende Anstoß, sich als Galeristin zu versuchen, kommt in ihrer Darstellung gleichfalls von außen. Zugespitzt formuliert, wird sie von Künstlern zu ihrer Galeristin auserkoren. Was als eine narzisstische Variante der Selbstcharismatisierung interpretierbar ist, entspricht allerdings ebenso einer feldspezifischen Norm der Passivität, die insbesondere für die Künstlerinnen gilt; sie sollen – ganz anders als die Galeristen, die sich als die Entdeckenden zu profilieren haben – entdeckt werden und sich keinesfalls aktiv um die Aufnahme in ein Galerieprogramm bewerben.[294] Bei einer anderen Galeristin, Andrea Schelbert (Typus Wahlverwandtschaften), eröffnet und beschließt der Topos des Auserkoren-Werdens die Einstiegssequenz des Interviews. An die Frage, wie es dazu gekommen sei, dass sie eine Galerie eröffnet habe, schließt Schelbert nicht (wie die

293 Verlaine 2012: 208–210.
294 Glauser 2009: 243–245.

meisten Interviewees) mit einer biografischen Erzählung an, sondern thematisiert die Unternehmensgründung zunächst sehr spezifisch unter dem Gesichtspunkt einer von außen zugeschriebenen Befähigung. Auch hier sind es Dritte, die bei ihr ein Potenzial für eine wichtige Funktion erkennen, auf die andere (die kulturelle Öffentlichkeit) angewiesen sind, bzw. es ihr einreden: »Ich bin da eigentlich zuerst fast wie dazu gedrängt worden. Also, ich bin fast ein wenig unbewusst hineingeraten. […] Dadurch, dass ich mich immer in den Kunstkreisen bewegt habe, […] bin ich irgendwie, haben gewisse Leute mich dazu bewegen wollen, dass ich das mache. Und so ist das entstanden« (Interview Andrea Schelbert, 2007).

Ida Haufler beharrt nicht auf der Rolle der Künstlerin. Deshalb erscheint es konsistent, dass die Anziehungskraft des Kunstfeldes nicht in erster Linie vom Wunsch, Künstlerin zu werden, ausgeht. Im Vordergrund steht für die Jugendliche ein imaginiertes »Umfeld«, das ihr »möglichst viel Freiraum« bietet, um ihre Idee von Autonomie umzusetzen, und an das sie sich langsam herantastet. »Ich hatte so das Gefühl, ich will nie für jemanden arbeiten müssen, der mir sagt, was zu tun ist, sondern ich möchte was machen, wo ich bestimme, was zu tun ist, oder zumindest für mich selber bestimme, was zu tun ist. Und da habe ich wahrscheinlich gedacht, Kunst ist so ein Gebiet, ja?« Doch ginge es ihr alleine um Autonomie, wären andere Optionen, die berufliche Selbstständigkeit bieten, naheliegender bzw. weniger radikal. Insofern könnte sie aus einem Gefühl der Nonkonformität heraus auf das Feld zustreben, das sie in der Pubertät als eine Art Gegenwelt zu ihrem Herkunftsmilieu imaginiert bzw. idealisiert. Haufler nähert sich dem Kunstfeld mit Bedacht. Weil sie Kunst und das Milieu des Feldes anziehen, sie sich jedoch ihres Platzes darin nicht sicher ist, wählt sie den Beruf der Keramikerin, der zwar primär mit der Herstellung von Gebrauchsobjekten und Baukomponenten assoziiert ist – und insofern mit der Aussicht auf einen geregelten beruflichen Alltag mit einem Auskommen –, jedoch auch eine »freischwebende«, ökonomisch riskantere künstlerische Praxis nicht ausschließt. Dem Wagnis der Bildung ohne Beruf zieht sie einstweilen die Ausbildung in einem Beruf vor. »Ich habe ja dann erst mal Keramik studiert, weil ich schon unsicher war, ob ich wirklich freie Kunst machen könnte.« Auf die erste Neuausrichtung – vom Kunstgewerbe zur Kunst – folgt, diesmal innerhalb des Feldes, eine zweite, von der künstlerischen zur Rezeptionspraxis. Diese führt Haufler beruflich schließlich an einen Ort, an dem ihr akkumuliertes kulturelles Kapital und ihre Dispositionen in einem besonders affinen Verhältnis zu den Handlungsproblemen stehen und sich die Kunstbetrachterin, die sie

schon lange ist, zur Vermittlerin qualifiziert. Als sie im Verlauf des Kunststudiums, zwischen 25 und 30 Jahre alt, in einer Galerie zu arbeiten beginnt, hat sie Lust und Fähigkeit, begründet auszuwählen, im Wesentlichen bereits ausgebildet. Sie ist sich ihrer Sache so sicher, dass sie sich (erfolgreich) selbst befördert und die neue Rolle, die sie sich ausgesucht hat, umgehend ausprobiert. »Weil ich wusste, das wird langweilig, da muss man ja immer, wenn man beginnt, so irgendwelche Jobs machen, so irgendwelche Daten in den Computer […] eingeben, da habe ich gleich vorgeschlagen, dass ich eine Ausstellung kuratieren möchte, die ziemlich aufwendig war.«

Ida Hauflers erster Versuch als Kuratorin verrät Ehrgeiz und Orientierung am Erfolg (sie widmet sich nicht etwa Künstlern mit einem Bezug zur Kunsthochschule oder zur Stadt, sondern peilt mit Namen wie dem New Yorker Robert Gober das Zentrum des Feldes an), ein Verständnis für Positionierungen im Feld und ein analytisches Sensorium; zugleich eignet ihm nichts Überstürztes. Als Organisatorin einer Zusammenschau exponiert sie sich nicht programmatisch, sondern kann sich mit dem chronologischen Ordnungsprinzip als eine Expertin und Kennerin des Feldes profilieren, genauer: der »aktuellen«, also bereits ein Stück weit validierten jüngeren Positionen. Die Einblicke in das Galeriewesen, der im Horizont des Feldes bescheidene, lokale Zuspruch an der Peripherie, den sie für ihre Arbeit erfährt, und die Ermunterung vonseiten der Künstler aus ihrem Bekanntenkreis bestärken Haufler endgültig darin, die Rolle der Ausstellungsmacherin als Galeristin anzustreben; ein Vorhaben, das sie von da an dezidiert und außerordentlich zielstrebig umsetzt. Es ist also von Anfang an nicht die Funktion der reinen Kuratorin, die sie anstrebt. Diese dürfte sich ihr wahrscheinlich deshalb nicht als Alternative anbieten, weil sie in den späten 1980er Jahren noch nicht jenen Grad an Autonomie und individueller Profilierung verspricht, den sie anschließend entwickelt hat (und vermutlich sowohl eine institutionelle Anbindung als auch eine formale kunsthistorische Qualifikation voraussetzt). Das Anstellungsverhältnis im Schauraum und die damit einhergehende Rechenschaftspflicht Dritten gegenüber scheinen daher ein pragmatischer Kompromiss zu sein, den Haufler vorübergehend in Kauf zu nehmen bereit ist.

Pragmatismus und strategischer Sinn

Ida Hauflers Bereitschaft, des Berufs wegen ein weiteres Mal eine große räumliche Distanz zurückzulegen und sich im Ausland niederzulassen, ist für die Akteure des Kunstfeldes charakteristisch und Ausdruck des feldtypischen

positiven Zusammenhangs zwischen Mobilität und Reputation. Haufler ist zu diesem Zeitpunkt keine Novizin mehr. Sie begründet ihren Entscheid rational – sie kennt die Karte des Feldes, seine Geschichte und Machtstrukturen – und pragmatisch: Sie ergreift eine Gelegenheit, die sie doch nicht nach Köln führt, das europäische Zentrum des Galeriewesens, das sie zunächst anpeilte. Diese Fähigkeit, nüchtern abzuwägen und ihr Handeln strategisch auszurichten, sind beruflich relevante Eigenschaften. Sie will »auf gar keinen Fall« in der Stadt eine Galerie eröffnen, in der sie sich beruflich Zugang zum Feld verschafft hat. Nach dem Grund dafür gefragt, sagt Haufler: »Also, ich wollte weg. Man will ja ein bisschen was, woanders leben.« Das Inserat eines Schauraums vermittelt ihr den Eindruck, dass es anderswo als in Köln »vielleicht auch nicht schlecht« sein könnte. Die betreffende Stadt habe zwar nicht den Ruf gehabt, im Bereich der »super-zeitgenössischen Kunst« besonders aktiv zu sein, doch sei die Region seit der Nachkriegszeit wegen ihrer Sammlungen und institutionellen Ausstellungen von Gegenwartskunst »immer führend« gewesen. »Und deswegen dachte ich, das wäre ein guter Schritt, und habe mich da beworben.« Die sachhaltige und stringente Begründung ihrer Migration folgt auf eine Aussage am Anfang der Sequenz mit programmatischem Charakter (»man will ja ein bisschen […] woanders leben«), die eher auslässt als sie ausführt und in ihrem lapidaren Ton in auffallendem Kontrast zum ansonsten explizierenden Duktus ihres Erzählens steht. Statt im Rückgriff auf die ihr vertrauten Strukturen des Feldes zu begründen, weshalb sie kategorisch ausschließt, ihr berufliches Vorhaben an dem Ort zu verwirklichen, an dem sie ihre Ausbildung absolviert und soziales Kapital akkumuliert hat, äußert Haufler ein Bedürfnis, das sie zuvor und unabhängig vom feldspezifischen Mobilitätsdruck ausgebildet hat, das mit diesem jedoch in hohem Maße kompatibel ist. Ihre Vorstellung einer autonomen Lebenspraxis scheint sich auf Dauer weder mit der Rolle der einem Verein gegenüber zu Rechenschaft verpflichteten Programmverantwortlichen noch mit jener der geschäftlichen Partnerin zu vertragen.

Den beruflichen Wunsch der eigenen Galerie verfolgt Ida Haufler konsequent. Sie improvisiert nicht, sondern hat einen Plan und instrumentalisiert bestehende Strukturen, um sich ihrem beruflichen Ziel zu nähern. »Ich habe eigentlich wirklich nur daran gedacht, Ausstellungen zu machen, hatte auch keine Idee, war vom Geschäftlichen her null versiert. Ich habe ja noch nie eine Rechnung gestellt gehabt.« Innerhalb weniger Jahre habe sie ein kleineres Programm »aufgebaut«, dieses »sukzessive ausgebaut« und allmählich »international ausgebaut«. Haufler interpretiert die Funktion der Programm-

verantwortlichen als die einer Galeristin, die nicht alleine den Verkauf der ausgestellten Werke besorgt, sondern ein »Programm« gestaltet. Das hieße in der Terminologie des Galeriewesens im Prinzip, den Schauraum mit einer Gruppe von Künstlern zu assoziieren, denen wiederkehrend die Gelegenheit zu einer Ausstellung gegeben und logistische Unterstützung geboten wird. Was Haufler jedoch als »Programm« bezeichnet, entspricht faktisch nicht mehr als einer Sequenz von Einzelausstellungen. In der Folge wird klar, dass es sich bei »Programm« um eines der den Typus der modernen Galerie konstituierenden Elemente handelt. Haufler hat sich daran gemacht, die einschlägige Formel umzusetzen. Darunter fallen auch die Kategorien »Generation« und »international«, die sie planmäßig in ihre Berufspraxis integriert; wobei »international« als abgrenzendes Kriterium zu »lokal« die Formel auch als normatives Konzept ausweist – »ein bisschen sehr local« findet Haufler den Schauraum, den sie antrifft. Zu dieser räumlichen Verortung kommt die – für den Beruf wiederum typische – zeitliche Verortung hinzu: »Ich als Galeristin bin mit der Generation der Künstler ganz gleichzeitig gewachsen, nicht? Die waren auch noch nirgends, gerade das Studium beendet, die meisten […].« Die Einschreibung des beruflichen Handelns in einen generationellen Horizont verweist auf die dem Metier eigene Bewährungslogik, gemäß der die Reputation einer Galeristin ganz wesentlich von ihrer Fähigkeit abhängt, vor (allen) anderen die in der Zukunft wertvollen Künstler ihrer Zeit zu erkennen. »[M]eine ganz wichtige Idee war, dass ich in dieses Programm die wichtigsten neuen […] Künstler aufnehmen will. Das war schon von vornherein meine Idee.«

Hauflers rund zehn Jahre ältere, typologisch verwandte Kollegin Marie Feldmann, die nach dem Architekturstudium berufstätig war, bevor sie die künstlerische Praxis ausprobierte und schließlich eine Galerie eröffnete, neigt ebenfalls dazu, Pläne zu schmieden und strategisch zu handeln. Ihre gescheiterten Anläufe als Künstlerin zusammen mit einer anderen, unterdessen konsekrierten Künstlerin beschreibt sie als Versuch, etwas Geplantes methodisch zu realisieren: »Dann […] haben wir uns immer so zusammengesetzt und immer Strategien entwickelt« (Interview Marie Feldmann, 2007). Dieses Ausbrüten von Strategien mündete schließlich in einen programmatischen »Ansatz«, mittels dessen Feldmann in ihren Anfängen hoffte, der Galerie ein Profil und somit Sichtbarkeit zu verleihen: »Wenn ich das schon mache, dann muss es irgendeine Notwendigkeit geben, warum ich jetzt eine Galerie aufmache, warum da Aspekte sind, die nur sinnvoll sind, wenn ich die mache.« Eine solche *unique selling proposition* bot ihr der Umstand der geringen

Präsenz von Frauen im Kunstmarkt. Um ihre Positionierung nicht von vornherein zu kompromittieren, versucht Feldmann jedoch zu vermeiden, mit dem »Thema« assoziiert zu werden: »Man muss immer aus einer Position der Stärke und nicht, wie zum Teil die Frauenbewegung, sich so selbst bejammernd, ja? – so. Sondern man sagt, man macht einfach die besseren Sachen, man ist, man macht es einfach besser, und deshalb hat man auch die Anerkennung verdient, so.«

Auch die Eröffnung einer Zweitniederlassung im Ausland verrät Marie Feldmanns strategisches Kalkül und ihren Sinn für die Dynamik des Kampfs um Territorien und Positionen im Kunstmarkt. Sie begründet die geschäftliche Expansion als Verpflichtung, die aus dem Erfolg ihres Programms erwächst: »Aber, um […] auf dem internationalen Kunstmarkt die Bedeutung zu haben, die den Künstlern gerecht, also […] der Art von Künstlern gerechtfertigt [*sic*] war, musste ich mich vergrößern.« Der strategische Verstand ist beim betriebsführenden Typus mit Anpassungsfähigkeit und Pragmatismus bzw. Opportunismus verbunden. Dies lässt sich z. B. anhand von Veränderungen in der Feldperzeption der Galeristinnen veranschaulichen. Noch 2007 (zum Zeitpunkt der Interviews) bestand das für den Absatz und die institutionelle Anerkennung relevante Territorium sowohl für Haufler als auch für Feldmann aus den USA und Westeuropa. »Nach wie vor«, sagt Haufler, »für mich ist im Moment Asien gar kein Markt und auch Russland noch kein Markt und auch Japan kein wirklicher Markt.« Feldmann distanziert sich kritisch. Bei den Sammlern, »die jetzt in diesen anderen Ländern so wahnsinnig reich geworden sind«, sieht sie heteronome Motive am Werk. Um »reine Prestigeangelegenheiten« handelt es sich in ihren Augen: »Also, so ungefähr: ›Wer hat das tollste Grundstück am Genfersee?‹ Ja? So. Und da wird untereinander konkurriert. So ist es auch: ›Wer schafft es, die meisten Arbeiten von dem und dem angesagten und teuersten Künstler‹ –, ja? Teuersten, das ist das Allerwichtigste.« Sowohl Haufler als auch Feldmann nehmen wie Lena Crumb mittlerweile an Messen in Asien teil.

Ida Haufler mag als Kunsthochschulabgängerin keine buchhalterischen Kenntnisse besitzen, als sie den Schauraum im Ausland übernimmt; über den praktischen Sinn für das geschäftlich Notwendige verfügt sie neben der Bereitschaft zum Risiko von Anbeginn. Nachdem sie als Programmverantwortliche den Schauraum mit ihren Ambitionen rasch an den finanziellen Abgrund manövriert hat, macht sie sich die fehlende Risikobereitschaft im Aufsichtsorgan zunutze, um auf dessen Besetzung einzuwirken. Sie beschafft sich für ihre Expansionsbestrebungen soziales und ökonomisches Kapital,

indem sie Kunstliebhaber für das Ehrenamt gewinnt, die ihren unternehmerischen Habitus a priori teilen: erfolgreiche Akteure aus der Wirtschaft – »Geschäftsleute« –, die Kunst sammeln. Sie habe den Vorstand »ausgewechselt«, erzählt sie. »Im ersten Jahr hatte ich schon Schulden. Und dann waren die, die damals mich geholt haben, haben schon so kalte Füße gekriegt, dass sie die Galerie schließen wollten.« Doch Haufler setzt sich durch und sucht sich »eigene Leute«, solche, »die mir auch als Galerie was nützen«. Nach wenigen Jahren konstatiert sie, dass sie zusätzliches Kapital benötigt, um Personal anstellen und an Messen teilnehmen zu können, und sucht deshalb als Nächstes Teilhaber.

Mit der zielstrebigen und eigensinnigen Transformation eines vereinsmäßig organisierten Schauraums in einen einer Galerie ähnlichen Betrieb, der nach ihrem Abgang den ursprünglich nichtkommerziellen Zweck wieder aufgreift, leitet Haufler Arbeitsbündnisse mit Künstlern in die Wege, die sie Ende der 1990er Jahre als soziales und symbolisches Kapital in die neue, partnerschaftlich betriebene Tochtergesellschaft einer finanziell äußerst robusten Galerie einbringt, die bis dahin im Sekundärmarkt etablierter zeitgenössischer Künstlerinnen operierte. Doch die Teilhabe genügt ihr nicht; es geht ihr um das eigene »Geschäft«, die individuelle Profilierung und den ungeteilten Profit. Sie scheidet nach wenigen Jahren aus der Partnerschaft aus und eröffnet unter ihrem alleinigen Namen eine neue Galerie. Nach den Gründen gefragt, antwortet Haufler, das sei oft so. »Das ist eben schwierig. Man hat gerade in einer Galerie sehr individuelle Meinungen, wie man sein Geschäft führen will, und da haben wir uns nicht immer einigen können. Und es war für mich eigentlich nicht so interessant mehr, quasi unter dem Label von [Galerie, M. G.] all die Künstler zu vertreten, die ich ja eigentlich selber gefunden habe.« Kurz darauf ergänzt sie: »Als Geschäft war es dann für mich nicht mehr interessant, in einer Partnerschaft zu sein. Für mich war es klar, ich habe mich dann einfach gedrückt, weil ich es einfach nicht mehr gebraucht habe.« Auf die Nachfrage, ob es ihr auch um mehr Autonomie gegangen sei, antwortet Haufler: »Natürlich. Würde jeder machen.«

Zum Zeitpunkt des Interviews (2007) besteht das Programm von Haufler zu rund zwei Dritteln aus europäischen und einem Drittel aus nordamerikanischen Künstlern. Einige Jahre später kommen in der Nachbarschaft weitere Räumlichkeiten hinzu. Rund 30 Jahre nach ihren Anfängen als Programmverantwortliche eröffnet sie eine Niederlassung in den USA.

Rationale Verwaltung

Obschon oder gerade weil sie keine reine Händlerin ist, sondern ein Programm unterhält, das per se einen personalisierten Betreuungsaufwand impliziert, ist Ida Haufler mit zunehmender Geschäftsdauer immer mehr auch zur »Verwalterin« einer »Organisation« geworden. »Und es gibt dann irgendwann mal auch ein Limit, dass man nicht mehr Künstler vertreten kann, als quasi hier verwaltet werden können. Weil, wenn man so eine Programmgalerie macht, dann betreut man ja auch einen Künstler wesentlich intensiver, als wenn man nur Kunsthandel macht und nur reinen Verkauf macht.« Bei einer expandierenden Galerie nimmt der rollenförmige Anteil in der Beziehung Galerist-Künstlerin zwangsläufig zu, denn ein Arbeitsbündnis hat tendenziell gerade in der latent krisenhaften, tagtäglichen praktischen »Abwicklung« der Produktion oder Ausstellung zu bestehen. »Ja, nicht, man muss delegieren«, sagt Haufler. »Das ist ganz klar. Also, früher habe ich mit jedem Künstler noch mindestens einmal, zweimal die Woche gesprochen. Das ist jetzt so nicht mehr der Fall, weil es ist auch nicht nötig. Ich spreche viel mit den Künstlern, aber ich spreche jetzt nicht mehr über jedes Detail, wann was produziert wird. Dann bin ich nur noch mit den Zahlen konfrontiert oder mit dem Werk an und für sich, was gemacht wird, aber nicht mehr mit der Abwicklung.« Entsprechend ist es das direkt mit den Künstlern interagierende Personal, welches mitunter etwas zu »leiden« hat, wenn Werke »kurzfristig produziert« werden sollen. Konsistent erscheint da, dass die Erweiterung des Programms sich für Haufler als »eine Frage von Organisation« darstellt. Selbst wenn es um die Platzierung von Werken bzw. Fragen der Positionierung geht, von denen anzunehmen ist, dass sie die Domäne der Galeristin schlechthin sind, wird nicht deutlich, ob Haufler stets direkt mit der Künstlerin spricht oder sie solches nicht ebenfalls an ihre Mitarbeiter delegiert, die im Übrigen auch autonom mit Sammlern verhandeln: »Alles Weitere, was strategisch entwickelt werden muss für einen Künstler, oder, man bespricht sich, was ist besser für dieses Werk? Soll es in diese Sammlung gehen, ist es interessant für den Künstler? Bei einer Anfrage einer Institution, soll der Künstler dort ausstellen? Das entscheidet im Prinzip der Künstler erst mal selber, in fast allen Fällen, aber er bespricht sich auch mit seinen Galerien, oder?«

Wie bei Marie Feldmann muss der diffuse Anteil des Bündnisses auch bei Ida Haufler weitgehend verdampft sein. Feldmann, die zunächst mehrere Jahre in der Stadtplanung tätig war und sich dann ebenfalls als Künstlerin versuchte, grenzt sich ostentativ von der – so scheint sie zu unterstellen – bei Galeristen verbreiteten Neigung ab, sich in der falschen »Rolle« zu wähnen

bzw. als Künstler zu gebärden: »Auf jeden Fall, ich fand, dass man eigentlich ein Dienstleistungsunternehmen ist, mehr ist man nicht. Man bringt eine Dienstleistung für den Künstler, von dem man denkt, dass er etwas zu sagen hat, was eine Bedeutung hat. Und man darf sich da natürlich da nicht selbst, sagen wir mal – wäre bei mir ja naheliegend gewesen, mich selbst als Künstler dann da zu empfinden« (Interview Marie Feldmann, 2007). Aus der Einsicht, keine Künstlerin zu sein, zieht Feldmann, Tochter eines Künstlers, die Konsequenz, sich von der als anmaßend befundenen Einbildung, Teil eines intimen Bündnisses zu sein, zu distanzieren. Sie sieht sich wie Haufler als »Manager«, der eine »Organisation« oder einen »Betrieb« leitet, und als privilegierte Partnerin in einem intellektuellen Austausch über Kunst. Auf Veränderungen in der Zusammenarbeit mit den Künstlern angesprochen, erwidert sie: »Na ja, unsere Nähe war eigentlich nur eine Auseinandersetzung über Kunst, und dass ich dazu noch immer diese Dienstleistung geboten habe, und versucht habe, die dadurch, dass ein bisschen Geld verdient wurde, immer zu verbessern, so. Aber meine Nähe zu den Künstlern ist ja nur inhaltlicher Art.« Doch macht Feldmann die Erfahrung, dass reine Dienstleistung und Verwaltung das Arbeitsbündnis auch gefährden kann. »Wenn das über längere Zeit nicht der Fall ist, dann gibt es da schon Probleme, wenn ich mich gar nicht, wenn die das Gefühl haben, ich kümmere mich gar nicht. Es ist schwierig in unserer Galerie. Wobei wir versuchen, weil es anders nicht zu leisten ist, die Arbeit, wir versuchen, das schon so zu regeln, dass denen auch klar ist, dass sie von einem Mitarbeiter betreut werden.« Was Feldmann für einen spezifischen Zug ihrer Galerie hält, ist in der Regel ein Merkmal einer expandierenden Galerie. »Das war immer mein Problem«, sagt sie. »Ich habe immer nur Individuen gehabt, die nicht irgendwie sich als Familie bezeichnen.« Als Gegenbeispiel nennt Feldmann die Kölner Galerie von Max Hetzler in den 1980er Jahren mit Martin Kippenberger, die »wie so eine Familie« gewesen sei. Die generationelle Streuung der vertretenen Künstlerinnen hat zur Folge, dass die Wahrscheinlichkeit abnimmt, dass das Programm zugleich auch eine Vergemeinschaftung von Künstlern ist, d. h. einer sozialen Beziehung entspricht, in der, so Max Weber, »die Einstellung des sozialen Handelns […] auf subjektiv gefühlter (affektueller oder traditionaler) Zusammengehörigkeit der Beteiligten beruht«; viel eher dürfte das Programm mit zunehmender Dauer einer Vergesellschaftung ähneln, die »auf rational (wert- oder zweckrational) […] motivierter Interessenverbindung beruht«.[295]

295 Weber 1972 [1922]: 21.

Rationale Beurteilung von Kunst

Der Typus Künstler, den Ida Haufler skizziert, entspricht in seinem Habitus weitgehend ihren eigenen aus Bildungsgeschichte und Berufsbiografie rekonstruierten Dispositionen. Sie deutet künstlerische Praxis – sozusagen analog zur Berufspraxis der Galeristin – im Wesentlichen als eine Reihe kalkulierter Positionierungen, die methodisch einer vorab zurechtgelegten Strategie folgen. Um ein gelungenes (»relevantes«) Kunstwerk schaffen zu können, muss sich eine Künstlerin zuallererst – im wörtlichen Sinn umsichtig – nach außen orientieren und das zeitgenössische Kunstfeld erkunden. Eine künstlerische Praxis von Belang hat zwar originär (»eigenständig«) zu sein. Doch kann sie dies erst dann leisten, wenn sie systematisch, als Ergebnis einer zeitdiagnostischen Reflexion, weniger auf gesellschaftliche oder politische Verhältnisse denn auf die zeitgenössische Kunstproduktion Bezug nimmt. Es ist demnach in einem ersten Schritt eine intellektuelle, forschende Tätigkeit, die zur Bestimmung eines Gegenstands bzw. einer Fragestellung (»Thema«) führt, in Auseinandersetzung mit denen in einem zweiten Schritt schließlich Kunstwerke entstehen können. Sie gleicht insofern einer über weite Strecken erlernbaren Methode. Kategorien wie Intuition, Genialität, Passion, Glaube oder weltabgewandtes Virtuosentum sind nicht thematisch. Die Motivierung einer künstlerischen Praxis besteht in der Wahrnehmung Hauflers nicht etwa aus einem Bedürfnis, Emotionen oder einer Betroffenheit Ausdruck zu verleihen, sondern aus einer sachbezogenen Neugierde (einem »Interesse«). »Klar, da gibt es schon Kriterien«, antwortet sie auf die Frage, was die Kunst auszeichnet, die sie vermitteln möchte, und formuliert eine elaborierte Anleitung.

Und zwar: Ein Künstler muss immer, ein wirklich guter Künstler muss eigenständig, seine Kunst, seine Entwicklung des Werkes muss natürlich zeitgemäß sein. Entsprechend der Zeit, in der der Künstler Kunst macht, muss er sich mit den Themen, die ein Kunstwerk relevant machen können, den Themen der Zeit oder mit dem, was in der Luft liegt, ja? […] Was wird an Kunst produziert zurzeit, wo der Künstler darüber nachzudenken anfängt, ›Was ist denn meine eigene Position? Was interessiert mich?‹ Ausschlaggebend ist ja, ›Was interessiert mich als angehender Künstler? Welche Kunst will ich machen, was ist meine Thematik?‹ (Interview Ida Haufler, 2007).

Hat sich die Künstlerin einmal ein Thema ausgesucht, so bearbeitet sie es (in der »Umsetzung« eines Planes, sozusagen), indem sie Objekte herstellt. Diese Transformation einer abstrakten Idee in einen von anderen rezipierbaren konkreten Gegenstand stellt für Haufler die eigentliche Bewährungs-

probe der künstlerischen Praxis dar. Das Kunstwerk soll auf den Betrachter unmittelbar wirken und suggestiv sein, gewissermaßen eine Idee thesenartig (»prägnant«) auf den Punkt bringen. Die Probe besteht die Künstlerin letzten Endes jedoch nur dann, wenn ihr Werk nicht bloß gut »umgesetzt« bzw. formal gelungen, sondern auch unverwechselbar ist.

> Und dann zweitens: ›Wie setze ich sie um?‹ Diese beiden Kriterien sind die einzig ausschlaggebenden, oder? Das ist: Findet der Künstler eine eigenständige personelle Thematik, […] die so stark ist, dass er sie langfristig aufrechterhalten kann als Thema? […] Dass er in der Lage ist, wirklich, also, prägnante und intensive Kunstwerke zu machen, das ist erstens entscheidend. Zweitens: Ist der Künstler in der Lage – und das ist wirklich das allerentscheidendste, da scheitern viele dran –, Werke zu produzieren, die interessant sind, die sich abheben von den weniger interessanten, wo vielleicht die Idee verstanden wird oder verstanden wird, was man machen sollte (Interview Ida Haufler, 2007).

Es ist schließlich die Verortung eines Kunstwerks in der Zeit, die Haufler darüber Auskunft gibt, wie einzigartig es ist. Differenz als zwingende Eigenschaft eines gelungenen Kunstwerks ist in dieser Logik dann unbestreitbar vorhanden, wenn sie zugleich auch Innovation bedeutet. Kunst kann in diesem Sinne nicht einzigartiger sein, als wenn sie eine Pionierrolle, die Position der Avantgarde – des »Vorreiters« einer »Generation« –, für sich beanspruchen kann. Um eine solche zu besetzen, bedarf die Künstlerin einer außerordentlichen Begabung, die Haufler in einem analytisch distanzierten Duktus umreißt. Die Position einer Galerie bemisst sich Haufler zufolge konsequenterweise danach, ob sie solche Künstlerinnen im Programm hat. »Aber als wirklich guter Künstler braucht man eben noch eine andere – und das lässt sich dann nicht so genau bezeichnen –, einen anderen Impetus, oder? Da braucht man eine andere Art Energie und auch eine – man braucht dieses sogenannte Talent, ja?« Entscheidend sei, so Haufler, besser als »das Gros« zu sein.

Auch Marie Feldmann hat einen analytischen Blick auf das Feld und die künstlerische Produktion. Sie beansprucht, in der Art einer Sozialwissenschaftlerin eine Außenperspektive einnehmen zu können und über »relativ klare Kriterien« zu verfügen, »um die Sache zu überprüfen«. Anders als Haufler geht es ihr dabei nicht um die Verortung eines Werks in einem kunstspezifischen Verweisungszusammenhang. Kunst, der Feldmann Legitimität attestiert, muss sich durch ihren Bezug zu gesellschaftlichen Phänomenen ausweisen. Ihren Sinn für »historische Zusammenhänge« führt sie auf ihre Zugehörigkeit zur Nachkriegsgeneration zurück: »So war ich ja ge-

schult. Und ich war nicht mehr so ganz jung. Ich war ja auch nicht so ganz doof. Ich hatte ja schon ein paar Erfahrungen im Leben und habe Zusammenhänge erkannt.« Eine wesentliche Ursache für den Erfolg ihrer Galerie sieht Feldmann denn auch in ihrer beruflichen Sekundärsozialisation »in der 68er Zeit«: »Meine Hauptfragestellung, auch heute, ist immer noch: Was für eine Bedeutung hat Kultur eigentlich in unserer Gesellschaft? Hat sie überhaupt eine? Und wo kann das bei bildenden Künstlern oder auch bei jüngeren bildenden Künstlern sichtbar werden? Wo ist im Werk etwas, was wirklich in dem Medium der bildenden Kunst versucht, etwas zu begreifen, etwas zu umfassen?« In dieser »Fragestellung« erblickt Feldmann ein sie von den meisten ihrer *peers* unterscheidendes Merkmal: »Und dadurch, dass das noch heute mein Hauptinteresse ist, […] habe ich die einzelnen Künstler ganz anders abgeklopft, immer. Warum sind die interessant oder nicht?«

Während Marie Feldmann künstlerische Praxis als Ausdruck historisch-gesellschaftlicher Konstellationen diskutiert, sind diese Konstellationen bei Ida Haufler vor allem als Ort der Rezeption und des (warenförmigen) Absatzes von Kunst thematisch. Auf die Frage nach einer möglichen »gesellschaftlichen Funktion« des Künstlers antwortet Haufler, gute Kunst habe immer gesellschaftlichen Einfluss, und geht – in einer zweiten Engführung – umgehend dazu über, diesen Einfluss auf das ökonomische Problem hin zuzuspitzen, wer Kunst kauft. Das Feld ist ihrer Diagnose zufolge zwar expandiert, insofern Gegenwartskunst auch für jene sichtbarer geworden ist, die sie nicht erwerben. Die aus den 1960er Jahren stammende Idee, in großen Auflagen für alle erschwingliche Kunst zu produzieren, ist für Haufler jedoch gescheitert, weil längst nicht alle daran interessiert seien, im größeren Umfang Kunst zu besitzen. Wie Feldmann reiht sie Kunst unter die exklusiven Konsumgüter ein, die innerhalb privilegierter Schichten soziale Distinktion stiften. »Ich denke, das ist das Gleiche, Mode, Design wird überall sehr viel mehr konsumiert als vor fünfzig Jahren. Es wird extrem viel konsumiert, und Kunst fällt in dem Sinn auch unter den *high-level*, das Super-Luxus-Konsumgut.« Nüchtern konstatiert sie, dass der Erwerb und Besitz von Kunst unverändert auf heteronome Motivlagen zurückzuführen ist, d.h. a priori nicht einer Kunst inhaltlich erschließenden Leidenschaft entspringen, sondern erstens dem Bedürfnis nach Affirmation einer (neu erreichten) sozialen Stellung durch repräsentative Gegenstände und zweitens der Wahrnehmung von Kunst als Geldanlage. »Kunst ist halt etwas, was immer schon für sozusagen den reichen Bürger ein Prestigeobjekt war. Und jetzt

kam dazu, dass man anscheinend mit Kunst gute Renditen erzielen kann, und zwar schon mit zeitgenössischen, lebenden Künstlern.« Die Einsicht, dass das Handeln von Sammlern oft sachfremd motiviert ist oder schlicht der Sachkenntnis entbehrt, hindert Haufler nicht daran, solche heteronome Determinanten zu instrumentalisieren, um ihre eigene Agenda voranzutreiben. »Ich würde behaupten, dass sehr viele Sammler, sogar einige Kuratoren, überhaupt nicht verstehen, was sie eigentlich machen, sondern wirklich nur einen Nebenjob betreiben; und nicht langfristig, also nicht unbedingt eine Sammlung aufbauen wollen oder langfristig den Künstler beurteilen und sagen, ›Der ist es jetzt, das ist jetzt wert, das zu zeigen‹. Sondern es ist alles im Moment, und man hofft, dass dieser Moment ganz lange andauert. Es ist mit sehr vielen Geschäften jetzt am Finanzmarkt ja das Gleiche. Es ist dieselbe Strategie.«

Die Verpflichtung gegenüber dem Kunstwerk und das Problem der Bewertung

Die Konsekrationsmacht einer etablierten Galerie hat typischerweise zur Folge, dass die Produktion der von ihr vertretenen Künstlerinnen zum Spekulationsobjekt werden kann. Parallel zur größeren Distanz in der Beziehung zwischen Galerist und Künstlerin rückt bei diesem Galerientypus die Verpflichtung – die »Fürsorgepflicht« (Marie Feldmann) – dem einzelnen Kunstwerk gegenüber verstärkt ins Zentrum, insofern sich das Augenmerk der Galerie zunehmend auf Destination und Verbleib eines verkauften Kunstwerks zu richten hat. Dies trifft umso mehr zu, als das Verhältnis der Kaufkraft von privaten Sammlern und der für die »Verwaltung der relevanten Kunst« zuständigen »Institutionen« Ida Haufler zufolge bei neun zu eins liegt, die Wahrscheinlichkeit, dass ein Werk im Sekundärmarkt seinen Besitzer wechselt, folglich groß ist: »Also, es ist nicht so, wenn bei uns jemand anfragt, er möchte was haben, dass er dann gleich was kriegt, wenn wir die Leute nicht kennen. Wir überprüfen, wer ist das, und was hat der für Sammlungen und so weiter […].« In diesem Kontext wird »der seriöse Sammler« – sprich: die Treue zur Galerie und zu künstlerischen Positionen – mit einem bevorzugten Zugang belohnt: »Da gibt's natürlich schon eine gewisse Moral. Ein Sammler, der […] wirklich langfristig mitmacht beim Künstler und den Künstler in die Tiefe sammelt über Jahrzehnte, der hat natürlich den Vorteil, dass ihm auch immer die Spitzenwerke angeboten werden.«

Während andere Galeristen das Auktionswesen als Plage darstellen, sieht Ida Haufler darin zwar geschäftlich ein Ärgernis, doch nicht einen Regelver-

stoß sittlicher Art. Vielmehr ist die darin sich manifestierende Spekulation eine Erscheinung, der sie als Galeristin nicht einfach ausgeliefert ist, sondern die es bei der Vermittlungsarbeit rational einzukalkulieren gilt. »Aber wir versuchen natürlich, möglichst aus der Erfahrung zu lernen, nicht unbedingt an Kunden zu verkaufen, die spekulationsmäßig kaufen. Also, man versucht möglichst die Ware wegzuhalten – die Ware –, die Kunstwerke wegzuhalten vom Auktionsmarkt mit lebenden Künstlern. […] Das ist auch eine Entscheidung, die man dann als Händler auch beeinflussen kann, wenn man das will.« Die Absorbierung von Werken bzw. Künstlern ihres Programms durch den Auktionshandel deutet Haufler aber genauso als das zwangsläufige Resultat einer symbolisch validierten künstlerischen Praxis, einer erfolgreichen Vermittlungsarbeit und als Sanktionierung der steigenden Preise in der Galerie. »Das ist natürlich jetzt in den letzten fünf Jahren sehr stark bei mir eine Aufgabe geworden. Jetzt sind die Künstler, mit denen ich begonnen habe, die, die auch auf Auktionen sind – vermehrt. Weil sie sehr erfolgreich sind und jetzt sehr viel mehr kosten schon wieder im Primärmarkt.« Die für die Genese des Feldes konstitutive Logik der interesselosen Kunst (Bourdieu), gemäß der es einzig auf den symbolischen Gewinn ankommt, scheint für Haufler theoretischen Charakter zu besitzen. In der Praxis geht es ihr darum, in der Logik des Preises als »Wertpostulat«[296] drohende geschäftliche Verluste zu antizipieren und abzuwenden, indem sie auf den ökonomischen »Kurs« eines Künstlers einzuwirken versucht. »Wenn man da nicht total händlerisch abgesichert ist als Künstler und intelligente Händler und vorsichtige Händler und aktive Händler hinter sich hat, dann kann der Markt dort auch einbrechen.«

Gleichwohl scheint die Logik der interesselosen Kunst immer noch wirksam zu sein. Ida Haufler betrachtet ökonomische Validierung von Kunst als minimale Gütegarantie, konstatiert jedoch, dass sie anderen Feldakteuren suspekt ist. Gerade ökonomisch erfolgreiche Künstlerinnen fallen Haufler zufolge beim kuratierenden Personal nichtkommerzieller Schauräume unter einen nachteiligen Generalverdacht – den Verdacht, sich heteronomen Kräften zu unterwerfen. Die Codierung von Kunst durch den Preis stößt in der Diagnose Hauflers innerhalb des Kunstfeldes auf eine Bastion bornierter Kulturkritiker, die aus dem hohen Preis gerade den Umkehrschluss ziehen: »Und dann gibt es viel zu viele Leute, die Angst haben vor dem Markt. Wenn ein Künstler am Markt erfolgreich ist, […] da gibt es irgendein Missverständnis. […] Und da rege ich mich ein bisschen auf bei einer Documen-

296 Ullrich 2010, 100.

ta, dass da fast nur noch marginale Positionen gezeigt werden, oder halt die alten Künstler wieder aufgewärmt werden, wo man eh weiß, dass sie super sind, und so [quasi] als Heroen hingestellt werden: ›Seither ist ja nichts mehr passiert.‹«

Mit Argwohn gegenüber ökonomisch validierter Kunst sieht sich auch Marie Feldmann konfrontiert. Bunte, augenfällig spektakuläre Werke in Kombination mit der mondänen Lebensführung des Künstlers trüben in den Augen von Feldmann die Urteilsfähigkeit der Konsekrationsinstanzen. Es bedarf, scheint sie zu unterstellen, des eklatanten ökonomischen Erfolgs, damit Museen nicht umhinkönnen, eine solche Künstlerin schließlich doch zu würdigen:

> Dadurch, dass der phasenweise zu sehr in dem Jetset da sich bewegt hat, gab es ernsthafte Kunstkritiker, in New York besonders, die mehr so puristisch und konzeptuell angelegt waren, die den dann abgelehnt haben. […] Jetzt, plötzlich, wo er auf dem Markt stärker wird, da plötzlich wird er gesehen. Oder so ein Fall wie [L.] auch. […] Und der ist vor [K.] haben Museen ihn ausgestellt, aber nur deshalb, weil der auf dem Markt so eine Position hatte, nicht unbedingt wegen der inhaltlichen Seite (Interview Marie Feldmann, 2007).

Ida Haufler beklagt bezüglich der symbolischen Bewertung von Kunst »große Schwachpunkte im Betriebssystem«. Ihre Kritik an der zeitgenössischen kuratorischen Praxis veranschaulicht, dass ihr Anspruch, eine expertenhafte, kunsthistorische Perspektive auf die zeitgenössische Kunstproduktion einnehmen zu können, kaum einlösbar ist, da sie als Galeristin unweigerlich Position beziehen muss. So bemängelt sie einerseits, »dass es sehr wenige Leute machen, auch die Institutionen machen das zu wenig, kritisch zu sein, indem sie auswählen, was sie zeigen und was sie nicht zeigen.« Andererseits beanstandet sie, dass Kuratoren, deren Rolle sich gerade darüber definiert, dass sie auswählen, ebendies tun, und unterstellt ihnen fehlende »Distanz« zum Gegenstand: »Es wurde noch nie eine relevante Ausstellung gemacht über die letzten zwanzig Jahre, weder über die 80er noch über die 90er Jahre, wirklich relevant. Das könnte man mal […], einfach mal cool, mit einem objektiven Blick. Ich brauche nicht einen Kurator, der mir noch sagt, was er gut findet und nicht.«

5.1.2 Maximale Flexibilität

> I was raised around art and always had this vision that I was gonna have a contemporary art gallery in SoHo, and didn't even know what that really meant. But my parents were very much interested in art and would take me around with them, like all the auctions and galleries, […]. And so this was what I thought I was gonna do. And my father thought that was a lovely thing for his daughter to pursue. Little did he know how ugly and difficult this business can be! But he thought it was a very genteel thing for someone to do (Interview Lena Crumb, 2009).

Kunst im Zeichen sozialer Distinktion

Lena Crumb wächst in einem Elternhaus auf, das impressionistische Malerei und Werke von Auguste Rodin, Alberto Giacometti und anderen zieren. »I grew up with all this art in the house«, erzählt sie. »My father was from immigrant parents and, you know, became successful in New York. And at that time, you know, the thing to do when you felt you had sort of arrived in society was collecting Impressionist art. So, that's what they did.« Das elterliche »Interesse« an Kunst ist in erster Linie jenes des Vaters, eines sozialen Aufsteigers, der tief fallen wird. »My father had sort of come from nothing and my mother had come from sort of good family«, beschreibt Crumb die Kluft zwischen den elterlichen Herkunftsmilieus. Väterlicherseits hatte sich der Großvater in einer Großstadt vom Lastwagenfahrer zum Betreiber einer Reihe von Bars hochgearbeitet. Seinen Sohn macht er zum Geschäftspartner eines Nachtlokals. Dieser hat sich dann nach wenigen Jahren auch um die Abwicklung des Konkurses dieses letzten in Familienbesitz verbliebenen Lokals zu kümmern. Noch während seines Jurastudiums heiratet er die Tochter eines Immobilienmagnaten. In den 1960er Jahren zieht die mittlerweile dreiköpfige Familie an die Ostküste, wo Crumbs Vater zunächst in verschiedenen Instituten der Finanzindustrie arbeitet und wo auch seine Tochter sowie zwei Söhne zur Welt kommen. Nach rund zehn Jahren macht er sich mit Startkapital, das zum größten Teil von den Schwiegereltern stammt, als Arbitrageur selbstständig. Mit dem Reichtum, zu dem er gelangt, verwirklicht er durch den Erwerb von Residenzen, als Kunstsammler und Philanthrop seine Vorstellung von standesgemäßer Lebensführung. In den 1980er Jahren wird er wegen Insidergeschäften gebüßt und, weil er mit der Börsenaufsichtsbehörde kooperiert, zu einer verkürzten Gefängnisstrafe verurteilt sowie auf

Lebenszeit vom Handel mit Wertschriften gesperrt. Die Berichterstattung bedient sich des Stereotyps des von Ehrgeiz getriebenen, auf Sozialprestige versessenen Parvenüs und zeichnet das Bild eines an der Wall Street gefürchteten Hochstaplers und Selbstdarstellers. Die Eheleute lassen sich scheiden, wobei die meisten Liegenschaften und die Kunstsammlung der Mutter von Crumb zugeschlagen werden.

Das berufliche Scheitern des Vaters und die daraus resultierende soziale Stigmatisierung sind in der Berufswahl der vier Kinder gleichsam als Zäsur abgebildet. Die Berufe der älteren beiden, die bereits um die zwanzig sind, als der väterliche Lebensentwurf implodiert, offenbaren in Bezug auf das Tätigkeitsfeld am ehesten Kontinuität. Sie sind selbstständig und Verkäufer auf Kommissionsbasis, und bei beiden bedeutet beruflicher Erfolg auch die Anhäufung ökonomischen Kapitals. Der älteste Sohn versucht sich nach dem Studium als Dramatiker und Musiker, arbeitet letzten Endes jedoch wie der Großvater mütterlicherseits im Immobilienbereich. Die Tochter studiert Kunstgeschichte, anschließend Jura und wird Galeristin. Sie ahmt damit ihren Vater nach und erfüllt sich und ihm den frühen Wunsch nach einem feinen Geschäft (»a genteel thing«), in welchem sie Kostbarkeiten anbietet (so vermutlich die kindliche Wahrnehmung einer Kunsthandlung). Im Unterschied dazu wählen die beiden jüngeren Kinder Berufe, die (zumal in den USA) symbolisch und ökonomisch einen viel bescheideneren Gewinn versprechen und denen nicht der eigene Profit, sondern die Gemeinwohlorientierung als oberste Maxime eingeschrieben ist. Der eine Sohn ist Therapeut, der andere Lehrer an einer öffentlichen Schule.

In der oben wiedergegebenen Eingangssequenz des Interviews mit Lena Crumb ist das Museum höchstens implizit thematisch, explizit genannt werden jedoch die Institutionen der kommerziellen Vermittlung, die Galerie und das Auktionshaus. Denn Kunst – gerade kanonisierte wie jene von Claude Monet, Auguste Renoir, Edgard Degas oder Pierre Bonnard – ist für sie von klein auf etwas, das man erwirbt, besitzt und mit dem man Wohnräume ausstattet, und nicht etwas, das dem Alltag entrückt im öffentlich zugänglichen *white cube* hängt. Mit dem Studium der Kunstgeschichte und ihren ersten beruflichen Verpflichtungen steuert Crumb zunächst zielstrebig auf die Realisierung ihres Berufswunsches zu. In New York absolviert sie Praktika in einem großen Auktionshaus und bei einer Kunstzeitschrift und arbeitet für reine Kunsthändler, erschließt sich also beruflich vor allem jenes Segment des Marktes, das ihre Eltern als Kunden kennen. Doch nach dessen Einbruch Ende der 1980er Jahre langweilt sie sich. Sie findet heraus, dass ihr

die Arbeit im Sekundärmarkt – mit »toten Künstlern« – nicht behagt und Kunst aus der Vergangenheit sie zu wenig bzw. zu selten anspricht. Sie unterscheidet diesbezüglich neuere »hässliche« und »schwierige« Kunst und ältere »schöne« (und tendenziell harmlose) Kunst. »I found it so tough and ugly and beautiful at the same time that it made me curious«, sagt sie von den Werken Giacomettis. »Whereas, you know, these pretty girls with parasols sitting by the banks on the water had no connection to my life whatsoever.« Sie erkennt während ihrer Zeit im reinen Handel auch, dass ihr Interesse ebenso der Person des Künstlers gilt und dessen Gegenwart wichtig ist. »I wasn't working with the actual artists«, sagt sie und erinnert sich an einer anderen Stelle, wie sie als Teenager in die Stadt fuhr, um einer emblematischen Künstlerfigur nachzuspüren. »I would come into New York and follow Andy Warhol around the area.« Statt das für eine junge Kunsthistorikerin in New York, die mit Künstlern interagieren möchte, Naheliegende zu tun – nämlich bei einer Galerie als Assistentin anzuheuern –, kehrt Crumb dem Kunstfeld nach ein paar Jahren beruflich ernüchtert den Rücken und schreibt sich an einer juristischen Fakultät ein, in der Absicht, als gut verdienende Anwältin Kunst zu sammeln. Doch schon nach wenigen Monaten im neuen Beruf beginnt sie in einer kurzlebigen Partnerschaft mit ihrem Lebensgefährten in dessen Wohnräumen und dann in einem Schauraum Gegenwartskunst zu zeigen, bevor sie die Anwaltstätigkeit bei einer Nichtregierungsorganisation beendet und, um die dreißig Jahre alt, eine eigene Galerie eröffnet (ein Zeitungsbericht zitiert sie 2014 mit der Aussage, dass ihre Eltern die Galerie nicht finanzieren halfen).

Als entscheidenden Impuls nennt Lena Crumb die persönliche Begegnung mit einer Künstlerin, die sie als »a very complicated person« und »clearly so talented, but so difficult« charakterisiert (eine Beschreibung, die dem Deutungsmuster des exzentrischen Genies nahekommt). »I just was up to the challenge. So I really pursued her and convinced her to show with me.« Nach einigen Jahren zieht die Galerie nach Chelsea in das neue New Yorker Galerienviertel um. Crumb heiratet einen an der Wall Street tätigen »Vermögensverwalter« (gemäß der *New York Times* ein »equity sales trader«, d. h. Börsenhändler) – inzwischen ein selbstständiger Investmentbanker – und wird Mutter. Das Ehepaar kauft eine Liegenschaft und zieht rund zehn Jahre nach Crumbs Schritt in die berufliche Selbstständigkeit in einen Neubau, der auch die Galerieräumlichkeiten beherbergt. Wenige Jahre später, nach der Rezession, erweitert die Galerie ihr Geschäft im Sekundärmarkt und eröffnet in einem anderen Viertel Manhattans einen weiteren Schauraum für

Ausstellungen etablierter Kunst. Bei dieser Herstellung von »historischem Kontext« für die vertretenen Künstlerinnen (so die offizielle Begründung der Galerie) handelt es sich um eine verbreitete Positionierungsstrategie, der sich vor allem (aber nicht nur) ökonomisch mächtige Galerien wie jene von Marie Feldmann oder Ida Haufler bedienen (genauso wie Gagosian Gallery, Hauser & Wirth oder David Zwirner). Crumb jedoch tut genau dies gleich in ihren Anfängen in den 1990er Jahren. Sie vertraut nicht einfach selbstcharismatisch darauf, dass die von ihr gezeigte neue Kunst auf Resonanz stößt, sondern sie versucht die Rezeption und Bewertung zu begünstigen bzw. zu beschleunigen und ihre Reputation als Galeristin zu festigen, indem sie validierte Positionen ins Ausstellungsprogramm schleust, auf die sie im Sekundärmarkt Zugriff hat. »We were selling young artists, that's what we wanted to do«, sagt sie von sich und ihrem Kollegen Alfred Rückert (Typus Beratung). Doch um Aufmerksamkeit und Vertrauen zu schaffen und um »die Rechnungen zu bezahlen«, habe »historischer Kontext« hergestellt werden müssen. »So, [Alfred] and I got very strategic and we actually went to Europe and got a collection of incredible eighties works and curated several shows with them in our galleries.« Der Plan ging Crumb zufolge auf. Neue Sammler besuchten die Galerie; ihr Blick wurde so von den Werken Robert Gobers, Jeff Walls oder Martin Kippenbergers auf jüngere Kunst gelenkt, die erst noch sichtbar gemacht werden musste. »So, for us, that really worked, and so we used the secondary market both to build our business financially, but also to attract quality collectors, to let them know that we were serious about what we're doing.« Nach knapp zwanzig Jahren Geschäftstätigkeit und der Rekrutierung etablierter und neuer junger Künstlerinnen bezieht die Galerie eine dritte Liegenschaft außerhalb von Chelsea, die vorwiegend der Präsentation jüngerer Künstlerinnen dienen soll. Der intimere Rahmen der kleineren Ausstellungsfläche verbunden mit einer lokal weniger zentralen Lage hält Crumb für geeigneter, um neue Positionen zu zeigen. Nach der Schließung der beiden Filialen besteht die jüngste Konfiguration der Galerie wieder aus einer Adresse in Chelsea mit einer mehr als verdoppelten Fläche sowie einem weiteren Standort in den USA.

»Opportunity«

Das Arbeitsbündnis mit der Künstlerin stellt sich im Fall von Lena Crumb als ein hochgradig pragmatisches und prekäres Arrangement dar. Unwägbare äußere Kräfte, die seine Beschaffenheit verändern oder seinen Fortbestand

infrage stellen können, wirken darauf ein. Diese Kräfte sind ökonomische »Opportunitäten« oder Veränderungen von Normen, welche die einseitige Beendigung (durch die Künstlerin oder die Galeristin) oder neue Ausdeutungen des Arbeitsbündnisses legitimieren. Crumb »vertritt«, »managt« und »schützt« gar Künstlerinnen, »arbeitet« mit ihnen »zusammen« und versucht ihre Werke in den »bestmöglichen« Sammlungen zu »platzieren«. Doch die »Beziehung« zu ihnen ist letztlich durchweg im Lichte des ökonomischen Miss-/Erfolgs und der Frage thematisch, ob die Positionierungsleistungen der Galerie die Künstlerinnen zufriedenstellen. Die Vorstellung, »mit ihnen alt zu werden«, hat sich für Crumb als Illusion entpuppt. Aus Sicht der Galeristin werben die Galerien um die begehrtesten Künstlerinnen – sie »kaufen« und »stehlen« sie –, die sich tendenziell von der meistbietenden rekrutieren lassen und deswegen auch keine Stigmatisierung mehr befürchten müssen. »I couldn't give [A.], but he was offering and I couldn't ask him not to take it! I would be wrong. So, you know, it wasn't just a question of, like, ›Oh, he's disloyal.‹ It's an opportunity.« Verlässt die Künstlerin die Galerie aus eigenem Antrieb, so wird dies Crumb zufolge im Feld als Affirmation einer stärkeren Position im Statusgefüge bzw. auf den »sandpiles of opportunity« (Giuffre) wahrgenommen, gleichsam eine Metapher für ihre Feldwahrnehmung. »If anything«, meint sie zum Phänomen abwandernder Künstlerinnen, »it makes them look stronger and more powerful and more attractive.« Die Mobilität der Künstlerinnen betrachtet sie als hinzunehmendes Ungemach, mit dem gerade in New York jede Galerie rechnen muss. Als Galeristin hat sie es – im Sinne der Künstlerin, die immer Recht hat – gemeinwohlorientiert hinzunehmen. »It's heartbreaking, but it's part of the game.«

In der Art einer Naturgesetzlichkeit haben für Lena Crumb Hoffnung oder Aussicht auf höheren Gewinn neuerdings eindeutig größeres Gewicht als Kontinuität und Verlässlichkeit eines lange währenden Arbeitsverhältnisses. »And then they leave, when the opportunity strikes them, and it hurts, it's horrible, but it is the way it is.« Selbst (oder gerade) Erfolg kann nicht mehr verhindern, dass Künstlerinnen sich absetzen. »And the landscape has changed completely. And so, no, it never occurred to me that if things were going well, that an artist would leave«, sagt sie und führt aus, wie »unglaublich« (erfolgreich) die Zusammenarbeit mit zwei Künstlern war, bevor diese während der Hochkonjunktur zu Galerien mit mehr Konsekrationsmacht wechselten. »I mean, things couldn't have been going better with [A.] or with [B.] in terms of careers. [B.] and I had personal issues that made it difficult. [A.] and I did not. We had an incredible, incredible run, incredible

relationship, incredible experience together, for many years! And, shame on me, it never occurred to me that someone was gonna poach my artist and offer something I couldn't match! And my job is not to get in the way. My job is to stand out of the way, let them really soar. So he has my support. I gave him my, you know, blessing and off he went.« Entsprechend misst Crumb der personalisierten Dimension in der Beziehung Galeristin-Künstlerin weniger Bedeutung zu (»I think it's becoming less crucial.«) als der Leistung der Galerie, der Künstlerin einen attraktiven Programm-»Kontext« zu bieten. »And the opportunity isn't purely money. If I were an artist and I was approached by Gagosian who's offering me a) tons of money and b) a show between Picasso and Francis Bacon, and I'm a painter, and don't I want that context? Of course I do!«

Lena Crumb ist nicht die einzige New Yorker Galeristin bzw. Feldakteurin, die rückblickend eine starke Zunahme an Künstler-»Transfers« konstatiert. Der Wechsel des 1962 geborenen amerikanischen Malers John Currin von der Andrea Rosen Gallery zur Gagosian Gallery 2003 wird diesbezüglich immer wieder als Gezeitenwende im Sinne einer Enttabuisierung genannt (»Art World Startled as Painter Switches Dealers« titelte die *New York Times*).[297] Doch die Stärke der Fluktuation der Galerieprogramme zählt zu einer ganzen Reihe von Phänomenen im Kunstfeld, zu denen es zwar nicht an pointierten Zeitdiagnosen, jedoch an quantitativen Längsschnittanalysen mangelt. So widerspricht der Befund von der neuerdings abnehmenden Verbindlichkeit der Arbeitsbündnisse auffallend der Feststellung des Kunstkritikers Calvin Tomkins aus dem Jahr 1980, Künstler neigten dazu, Galerien so rastlos wie Schriftsteller ihre Verlage zu wechseln.[298] Veränderungen in der Zusammenarbeit werden jedoch auch von der Galeristin angestoßen bzw. erzwungen. Crumb fühlt sich aufgrund des seit ihren Anfängen in den 1990er Jahren stark veränderten Umfeldes – wegen der schieren Zahl der Akteure und wegen des verschärften Wettbewerbs – einem erhöhten Handlungsdruck ausgesetzt, der zur Folge hat, dass ihr leichter Irrtümer unterlaufen. »There have been some artists that I've taken on in the heat of the moment, and after a year or two just realized it was not at all what I thought it was.« Die beschleunigte Rekrutierung von Künstlern erhöht die Wahrscheinlichkeit scheiternder Beziehungen und ist für Crumb der Grund, weshalb es ihr auf Dauer nicht mehr möglich sein wird, einen als solchen vermittelbaren

---

297 Smith 2003.
298 Tomkins 1980: 41.

programmatischen Ansatz zu verfolgen. »Early on, again, you know, a gallerist could really have an aesthetic and a vision and choices, because artists were just thrilled to have the opportunity to show. So, you really could pick, you could go on twenty studio visits and spend a year looking and then choose who you wanted to show. Not now. So, again, it's different, there's four hundred galleries and we're all competing.« Die schiere Zahl Galerien, zu der ein ursprünglich übersichtliches Feld angewachsen ist, ist ein in den Interviews wiederkehrender Topos.

Was Crumb unter einem Ansatz versteht, hat viel mit der Wiedererkennbarkeit einer künstlerischen Praxis und ihrer entsprechend einfacheren Vermarktbarkeit zu tun. »There was a very hyper stylized kind of recognition to each of them«, sagt sie von Künstlern, die zum Teil nicht mehr im Galerieprogramm sind. »So each artist had their own voice, a unique voice, but it was very recognizable.« Der ökonomische Erfolg dieser Künstlerinnen verdankt sich vermutlich auch Eigenschaften wie Gegenständlichkeit, Buntheit und der Verwendung von Motiven aus der Populärkultur. Von dieser sehr sichtbaren Kunst grenzt Crumb neuere Positionen im Programm ab, die verschiedene Medien kombinieren und welche sie als »not nearly as aestheticized« und »more conceptual« bezeichnet. Das Handlungsproblem, das sich für Crumb angesichts der neueren Unübersichtlichkeit des expandierten Kunstfeldes zuzuspitzen scheint, ist jenes, auszuwählen und dann sichtbar zu machen. Sie fasst es zuallererst als ein betriebswirtschaftliches auf. »I couldn't imagine trying to carve out a niche for myself today«, sagt sie, die 1990er Jahre und die Gegenwart vergleichend.

Mindestens ebenso wie das Anliegen, für eine künstlerische Praxis einzutreten, von deren Relevanz sie überzeugt ist, treibt Crumb das Bedürfnis an, den Fortbestand der Galerie als Geschäft und Betrieb sicherzustellen. Ihren Fähigkeiten, neue Positionen zu erkennen, d. h. die Rolle der Entdeckerin zu spielen, scheint sie nicht zu trauen. Sie weiß nicht mehr, wohin sie ihren Blick richten soll. »I can barely keep up with all the artists that are showing«, klagt sie, als ob nicht seit jeher Kunst in Fülle produziert worden wäre. »I don't know which ones to really focus on.« In der raschen Validierung einer Position und im kurzfristigen Profit erblickt sie das ideale Szenario. So verspricht sie sich von Auktionen eine Dynamisierung des Marktes ihrer Künstlerinnen – d. h. mehr Absatz und höhere Preise – und versucht dementsprechend systematisch, aus günstigen Auktionsergebnissen Profit zu schlagen. »Well, there are a lot of galleries that hate the auctions houses and really think they're the devil«, konstatiert sie. »I've always felt that there was

an opportunity there, and that if you work with them it can benefit the artist.« Ökonomischer Erfolg ist für Crumb per se legitim und nicht mit dem Makel des Kompromittierenden behaftet. Der Künstler, der die Züge des relevanten, nachwirkenden und die des »Auktionskünstlers« vereinigt, hat in ihren Augen den Gipfel des Erfolgs erreicht. »It's the artists that have both that, I think, ultimately, are the ones that are gonna really have the most impact.« Crumb misst der dauerhaften Anerkennung und der kurzfristigen ökonomischen Validierung einen ähnlichen Stellenwert bei, wobei letzteres nur in der vorbehaltlosen Wertschätzung des ökonomischen Profits begründet sein kann, den die Anerkennung vonseiten vermögender Zeitgenossen mit sich bringt. »If you're an artist who is both, you know, historically incredible and of value and an inspiration to the next generation, for example, and that artist also happens to do really well on auction, like Ed Ruscha, you know, I mean, that's a home run, you've got it all.« Im besten Fall »ragt« eine Künstlerin sozusagen von selbst »heraus«. »I don't know what a dealer can do to make one of them really stand out.«

Als Referenz dienen Lena Crumb genau jene (weiter oben erwähnten) Künstler, deren Werk verhältnismäßig einfach zu vermarkten ist und die in den frühen Jahren der Galerie rasch zu ökonomischem Erfolg gekommen sind (der 1937 geborene Wahl-Kalifornier Ruscha ist zwar um Generationen älter, sein Werk, das gemäß dem J. Paul Getty Museum »graphic simplicity, playful humor, and a keen interest in the vernacular«[299] charakterisieren, zeichnet sich jedoch durch ähnliche Eigenschaften aus). »I had visions of grandeur for all the artists because I watched these artists just explode!« Doch der spektakuläre Durchbruch, so Crumb, könne für die Künstlerinnen ihres Programms unter den gegenwärtigen Umständen nicht mehr das Ziel sein. Sie müssten stattdessen Werke schaffen, die in die »Geschichtsbücher« und Museen eingehen und es ihnen – im besten Fall – erlauben, ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Die zeitlich verzögerte, dafür dauerhafte Anerkennung erscheint Crumb nach der unmittelbaren Gratifikation bloß als die zweitbeste Option. Doch genau eine solche Fokussierung des verzögerten Gewinns, dem sie sich mangels ökonomisch besonders erfolgreicher Künstlerinnen im Programm neuerdings verschrieben hat, beeinträchtigt oder verhindert die Galeristin de facto wiederum, wenn sie die Auflagen der Art Basel erfüllen will. Diese zwingen Crumb, die Autonomie künstlerischer Praxis zu verletzen und Künstlerinnen dazu zu drängen, unter Termin- und Zeitdruck Wer-

299 http://www.getty.edu/art/exhibitions/focus_ruscha/ (Zugriff: 22. September 2018).

ke für das Ausstellungsformat des Messestandes zu produzieren. »So, I used to really protect them and not ask for extra work, and then I didn't get into Basel. They said, ›Well, you're not bringing strong enough work.‹« Sie stellt fest, dass die Präsenz auf der Messe wichtiger geworden ist als eine Galerieschau, weil sie mit mehr Publikum rechnen kann. »And now, all of a sudden, I find myself talking to the artists, saying, ›Look, you know, this is a really important fair, you know, you really should, we should do a solo booth, you know. Make me a whole body of work for four days.‹ But that's what the art fairs expect.« In einem Interview sagt Crumb 2014, sie nehme pro Jahr an acht bis neun Messen teil.

Praktiken, die sie für rechtfertigungsbedürftig hält, sind aus Sicht von Lena Crumb im Grunde genommen stets Anpassungen an äußere Zwänge. »You know, we all wanna make a living«, meint sie. »Opportunity« scheint für die Galeristin das Prinzip zu sein, welches die Handlungen der Feldakteure strukturiert. Das einst beschauliche Treiben (»it was a small intimate business«) hat einer alles durchdringenden Hektik Platz gemacht: »There is just so much more out there that's competing with itself and, you know, cancelling itself out, like an artist can, you know, get like this and then someone else goes up here and then, like, then that one is up here, all of a sudden there's another over here, and it's really hard to find a footing.« Als Künstlerin in einem solchen Kontext über längere Zeit sichtbar zu bleiben, ist nahezu unmöglich. »You know, you can be the hottest artist in the show at the Guggenheim this month, and no one's talking about you next month. So, there's no continuity to a career at this point.« Das Kunstfeld, wie es sich Crumb darstellt, ist unübersichtlich, ständig in Bewegung, unberechenbar, kurzfristigen Trends unterworfen, von manipulativen Praktiken durchsetzt und wird immer wieder von spekulativen Impulsen erfasst.

In den Sammlern sieht Lena Crumb die mächtigsten Akteure des Feldes. Sie sind einerseits der Motor der spekulativen Praktiken – »really, really rich people who don't care about art buying art«. Da die finanziellen und materiellen Zuwendungen von Sammlern in den USA für die Museen vital sind (die »Trennung von Kirche und Staat« sehr porös ist), sind sie in ihren Augen andererseits die Strippenzieher, denen sich auch die Museen bei der Bestückung ihrer Sammlungen zu fügen haben. »They control the whole playing field«, meint deshalb die Galeristin. Zu »Korruption« und »Kompromissen« komme es zwangsläufig, weil die Museen nicht umhin könnten, nicht erwünschte Kunst zu akzeptieren, um im Tausch dafür das begehrte Werk zu erhalten. »Here, the collectors use the institutions to reconfirm the value of

what they bought. The institutions use the collectors to be able to get what they want. But, sometimes, to get what they want, they have to take ten other things. So, it's messy.« Geschäftliche Notwendigkeit diktiert Crumb, nur bei großer Nachfrage selektiv in Bezug auf die Käufer zu sein, d. h. jene zu meiden, die im Ruf stehen, Werke rasch in den Sekundärmarkt zu schleusen. »When the market was very frothy and good you could pick and choose.« Ist die Konjunktur wie 2009 ungünstig, sind die Sammler in der komfortableren Position. »Well, now, you know, the power is back in the collector's hands, and we all need to make whatever sales we can.« Nachtragend zu sein, kann sie sich unter diesen Umständen nicht leisten. Auf Sammler, auf die sie wütend ist, ist sie zu einem späteren Zeitpunkt vielleicht wieder angewiesen. »So, these people that maybe, you know, you're angry at and wouldn't sell to, now you have to be open to maybe doing business with them again.« Dasselbe Kalkül unterstellt sie auch den unzuverlässigen Sammlern. »So, they're willing to, you know, piss us off. And they figure we'll need them at some point.« Auch Stücke aus ihrer eigenen Kunstsammlung verkauft Crumb nötigenfalls. »I needed to sell something, pay the bills, right?«, sagt sie.

Den großen Handlungsspielraum – bis zum »Recht, verrückte Dinge zu tun« –, den Crumb für sich beansprucht, sieht sie nicht nur in der materiellen Notwendigkeit begründet, einen Galeriebetrieb aufrechtzuerhalten. Sie leitet ihn auch aus dem Selbstverständnis ab, als Unternehmerin ein »Experiment« auf eigenes Risiko und eigene Kosten zu betreiben und die Erziehungsarbeit und die Vermittlung des kunsthistorischen Konsenses deshalb anderen Institutionen überlassen zu können. »I think the galleries are where there should be a lot of experimentation. And I think museums is where we're supposed to be educating the public as to what we think is important.« Selbst für das aufzukommen, woran man glaubt und wofür man Position bezieht, entbindet in den Augen von Crumb von der Pflicht, gegenüber Dritten, die man für seine Positionierungen zu gewinnen versucht, gleichzeitig auch Rechenschaft für Geschäftspraxis und Programm ablegen zu müssen. »And we're not trying to claim anything is legitimate. We're taking risks, we're trying different things.« Dass Crumb für die Galerie das Recht zu experimentieren spezifisch in Abgrenzung zur Funktion der Museen fordert, speist sich auch aus ihrer Wahrnehmung einer illegitimen Konkurrenz vonseiten der nichtkommerziellen Institutionen. »We all put our money where our mouth is«, sagt sie von den Galerien. »It's not the public supporting us, you know, we're doing it ourselves. So, I think we have the right to take those risks more than the museums do.« Die Galeristin kritisiert, dass die Museen immer öfter noch nicht

konsekrierte Kunst zeigen und deren kuratierendes Personal in die ureigene Domäne der Galerien eingedrungen ist (konkret bezieht sich Crumb auf die Schau »Younger than Jesus«, die das New Museum, ein New Yorker Schauraum ohne Sammlung, 2009 ausrichtete). »So, I think that the gallerists have a right to do whatever they want because they're paying for it. That's our job. And our job is to take risks and make mistakes and do crazy things. And the museums are now in competition with us to do something that's, you know, cooler and hotter and sooner and earlier, and I don't understand that.«

Dem Pragmatismus von Lena Crumb eignet etwas Zielloses, ja Fatalistisches. Sie beklagt alte oder neuere Missstände, arrangiert sich jedoch (umgehend) mit ihnen. Viele ihrer Diagnosen oder Gedankengänge folgen dem Muster eines Konflikts zwischen einem sittlichen Gebot und der Realität, der sie sich anzupassen hat – etwa: »Money shouldn't validate the value of the work, but it does.« Oder: »When I buy something that's for me, for my family, my hope is that'll stay there forever. But there're times where I have to dip in there, you know.« Fixpunkt der Berufspraxis ist für Crumb die Subsistenz des Galeriebetriebs. Insofern verkörpert sie die in höchstem Maße flexible Ausprägung des Typus Betriebsführung.

5.1.3 Exkurs: Innovationsverpflichtung und »Generationenlehre«

Galeristen, die sich im Feld der Gegenwartskunst zurechtfinden, sind über die Positionen von Akteuren und Institutionen im Bild und richten ihre Praxis danach aus. Sie verfügen mit anderen Worten über ein Bewusstsein für deren Zusammenspiel und Interdependenzen – die »sandpiles of opportunity« (Giuffre). Sie haben aber auch ein Bewusstsein für die Geschichte und Transformation von Kunst und Feld, die in ihrer Wahrnehmung wesentlich durch einander ablösende Künstler-Generationen strukturiert werden. So gilt es für Ida Haufler, einerseits ein Profil als Repräsentantin einer »Generation« zu gewinnen bzw. zu affirmieren und insofern selbst eine »Generation« zu verkörpern, und andererseits, sich immer wieder neu zu profilieren, indem sie unter den Bedingungen dieses »Naturgesetzes« der Generationenfolge das Galerieprogramm gleichwohl immerfort um Repräsentanten jüngerer »Generationen« ergänzt. Nicht nur ist die »Nicht-Stillstellbarkeit des Bewährungsproblems«[300] sozusagen programmatisch in die Berufspraxis der

300 Oevermann 1999: 317.

Galeristin eingeschrieben, sie ist bezogen auf die Rekrutierung von Künstlern und komplementär zum Aufbau von dauerhaften Arbeitsbündnissen das zentrale Gebot, dem das berufliche Handeln in der Galerie unterworfen ist.

Auch die in der Zwischenkriegszeit geborene New Yorkerin Mildred Bancroft definiert die Pflicht zur »Erneuerung« als die Aufgabe, jüngere – und nicht einfach andere – Künstler zu rekrutieren. »For example, in the eighties, I felt that I should be showing more young artists, 'cause I think a gallery really renews itself by keeping up with the present.« Das Innovationsgebot ist so stark, für ihre Glaubwürdigkeit so bedeutsam, dass ein »Gefühl« – eine Art Berufsethos –, und nicht etwa irgendein Anhaltspunkt für die Existenz relevanter neuer künstlerischer Positionen, die Suche nach neuen Künstlern auslöst. »I knew that, at a certain point, by the beginning of the nineties, I knew that I should be looking again […]. But I felt that, I wasn't sure that I knew what to do next, and I kind of took it as a challenge, that if this is really what I believed in, then I should start looking again« (Interview Mildred Bancroft, 2009). Paradoxerweise spitzt sich das Problem der Innovationsverpflichtung für die Galeristin umgekehrt proportional zur Dauer der Geschäftstätigkeit zu. Je größer der Altersunterschied zwischen Galeristin und Künstler, desto geringer offensichtlich die Wahrscheinlichkeit, dass ein Arbeitsbündnis zustande kommt, und desto geringer die Wahrscheinlichkeit, dass diesem Arbeitsbündnis Erfolg beschieden ist. Bancroft erwähnt ihr Vorbild Leo Castelli, den sie gut kannte, als Beispiel eines Galeristen, dem zuletzt die »prophetische« Gabe abhandengekommen ist:

> When the eighties came along he really lost his way. […] And I thought, well, this is a major problem for somebody, to keep renewing himself so that they continue to evolve, you know, as a professional. And that was the challenge to me: could I keep it up? So I did, I followed my heart and my mind, I guess you could say, and my soul. […] The next thing was more of a challenge because I was a generation older. […] And then I made one more addition to the gallery very recently […]. And I'm very glad that I did. […] So, now I'm asking myself again: ›What is there out there?‹ I must never stop looking (Interview Mildred Bancroft, 2009).

Zwischen dem strukturellen Zwang, auf der Höhe der Zeit zu sein, und der Feststellung, dass die Beständigkeit des Arbeitsbündnisses erheblich von einer ähnlichen Generationslagerung von Galerist und Künstler abhängt, besteht ein Spannungsverhältnis, das typischerweise bei Interviewees thematisch wird, die schon weit über ein Jahrzehnt oder mehrere Jahrzehnte eine Galerie betreiben. Für die in den 1940er Jahren geborene Diane Shelley, die

ursprünglich Journalistin war und dann in einer etablierten New Yorker Galerie arbeitete, bevor sie sich in den 1980er Jahren zusammen mit einer Partnerin selbstständig gemacht hat, ist beruflicher Erfolg denn auch gleichbedeutend mit dem Verlust des *gatekeeper*-Status: »[Y]ou never have that same feeling because you all went, you all listened to the same music, read the same things, are interested in the same ideas. And it gets harder and harder, the older you get, to get in the mindset of a younger generation. […] And it doesn't really make that much sense for us to show an artist at the very beginning of their career. It just doesn't, because we're not the gallery that people come to see new art, you know« (Interview Diane Shelley, 2009).

Marie Feldmann, in einem ähnlichen Alter wie Shelley und ebenfalls seit den 1980er Jahren Galeristin, vermitteln Ausstellungsbesuche keine relevanten Impulse mehr. Die Berufspraxis hat sich weg vom Entdecken und Rekrutieren hin zur Verwaltung und Betreuung des umfangreichen, mit etablierten Positionen bestückten Programms verschoben. »Aber dadurch, dass ich so wenig Zeit habe, bin ich nicht mehr auf dem Laufenden in der jüngeren Kunst. […] Aber überwiegend ist das Problem heute sowieso, dass ich alles schon einmal gesehen habe. Und dann muss man sich wirklich Zeit nehmen, um das herauszufiltern« (Interview Marie Feldmann, 2007). Als »Filter« können abgesehen von den Delegierten auch die Künstler des Programms fungieren. Die Begegnung mit einem ihr nicht bekannten Künstler bzw. mit neuer Kunst findet für Feldmann im besten Fall erst dann statt, nachdem ein von ihr vertretener Künstler einen *peer* der Aufmerksamkeit der Galeristin für würdig befunden hat: »Das ist eigentlich der Weg, der der sinnvollste ist. Dass ein Künstler zu mir kommt oder ich ins Atelier gehe, den ich nie vorher gehört oder gesehen habe, also, da ist immer vorher so ein Filter davor.«

Weit mehr noch als einer konvergierenden »Lagerung […] im gesellschaftlich-historischen Lebensraume« und daraus resultierender ähnlicher »Erlebnis«- und »Bewusstseinsschichtungen« bedarf es häufig eines »Generationszusammenhanges« oder der Zugehörigkeit zur gleichen »Generationseinheit«, damit sich der diffuse Anteil der Sozialbeziehung zwischen Galeristin und Künstler überhaupt entfalten kann.[301] Ein Generationszusammenhang – eine »Schicksalsgemeinschaft« – besteht Karl Mannheim zufolge dann, »wenn reale soziale und geistige Gehalte gerade in jenem Gebiete des Aufgelockerten und werdenden Neuen eine reale Verbindung zwischen

301 Mannheim 1964 [1928]: 528, 536.

den in derselben Generationslagerung befindlichen Individuen stiften«; Generationseinheiten wiederum sind »Gruppen« innerhalb eines solchen durch die Orientierung »an derselben historisch-aktuellen Problematik« erzeugten Generationszusammenhangs, die »in jeweils verschiedener Weise diese Erlebnisse verarbeiten«, sich mit anderen Worten dadurch auszeichnen, »dass sie nicht nur eine lose Partizipation verschiedener Individuen am gemeinsam erlebten, aber verschieden sich gebenden Ereigniszusammenhang bedeuten, sondern dass sie ein einheitliches Reagieren, ein im verwandten Sinne geformtes Mitschwingen und Gestalten der gerade insofern verbundenen Individuen einer bestimmten Generationslagerung bedeuten«.[302] Die von Vera Seiler mit Künstlern erlebte »Gemeinschaft« – das Gefühl einer Gefährten- oder Komplizenschaft – verweist auf diesen Typus der Generationseinheit, die letztlich nur bei einer ähnlichen chronologischen Lage der Biografien entstehen kann:

Wir haben andere Filme gesehen, wir haben andere Ausstellungen gesehen, wir haben andere Musik gehört, man ist zusammen Ausstellungen anschauen gegangen. Man hat sich das Ganze irgendwie gemeinsam auch erobert, diese Szene. Und da gibt es zwischen dem Galeristen und dem Künstler eine ganz andere Verbindung. Also, wir haben wichtige, ich würde sagen, die wichtigsten Jahre in unserem Leben haben wir zusammen geteilt. Also, wir haben Todesfälle, wir haben Geburten, wir haben Hochzeiten, wir haben Scheidungen, wir haben Trennungen, also, wir haben noch ganz viel nebeneinander auch miteinander erlebt. Und das ist natürlich noch einmal ganz eine andere Verbindung (Interview Vera Seiler, 2007).

Auch Stanley Lowell, für den generationelle Nähe die wichtigste Voraussetzung für den Erfolg eines Galerieprogramms ist, bemüht sich um die Rekrutierung junger Künstler.

Of course, it's, I would say, predictably easier to, you know, I feel like I know the generation in front of me very, very well. […] And, you know, it's very easy to have a view on those artists. And I think that's what most good dealers do, is they tend to work with artists of their own generation. It's much more difficult to find good young artists, because it's not your generation and you don't understand the indicators quite so well. And also, because, you know, frankly, a lot of it looks like stuff you've seen before, you know, it starts to look a little bit naïve sometimes (Interview Stanley Lowell, 2010).

Zwar zielt die Expansion des Programms über die eigene Generationslagerung hinaus, wie sie Bancroft und Lowell (Typus *Curating*) oder Haufler,

302 Mannheim 1964 [1928]: 543f., 547.

Feldmann und Shelley (Typus Betriebsführung) und Alfred Rückert (Typus Beratung) systematisch betreiben, darauf ab, in der Logik der »Generationenlehre« dem Galerieprogramm durch die Assoziation mit einer bestimmten Alterskohorte eine historische Verankerung und dadurch ein gegen außen erkennbares verbindliches Profil zu geben. Doch um imstande zu sein, Künstler aus verschiedenen Generationslagerungen zu rekrutieren, muss der Galerist gleichzeitig auch auf »Gemeinschaft«, die nur aus einer ähnlichen biografischen Lagerung hervorgehen kann, verzichten können. Zur Wahrnehmung eines komplizenhaften Bündnisses mit dem Künstler müssen in diesem Fall zwingend noch andere Vorstellungen im beruflichen Selbstverständnis hinzutreten. Eine solche Alternative birgt das Konzept der Generationenfolge. Die Galeristin kann sich als Autorin einer generationellen Sequenz relevanter künstlerischer Positionen begreifen – »a picture of what I believe in, across several generations« (Mildred Bancroft). Dies bedingt allerdings, dass sie zusätzliches Galeriepersonal – Delegierte, in der Sprache des Berufsfeldes *directors* – in das Arbeitsbündnis einbezieht und die personalisierte Praxis streckt.

5.2 Wahlverwandtschaften

> Es ist auch nicht unser Konzept, diese Künstlerbetreuung durch fremde Personen (Interview Irina und Hans Bertschi, 2007).

Wie der betriebsführende ist auch der wahlverwandtschaftliche Typus das Kind eines selbstständig Erwerbstätigen (dies trifft auf acht der neun Fälle zu) und häufig auch das Enkelkind eines selbstständig tätigen Großvaters; die Berufsfelder der Väter sind ähnlich vielfältig: Sie reichen vom Handwerker und Gewerbetreibenden, Künstler, Buchantiquar über den Verleger, Architekten, Textilunternehmer zum Ingenieur bzw. Lebensmittelindustriellen. Nebst einer Antiquitätenhändlerin arbeiten die Mütter als Verkäuferin und Sekretärin, Journalistin und in der Öffentlichkeitsarbeit; vier sind wahrscheinlich Hausfrauen (so die Tochter eines Wirts, eines Militärangehörigen und eines Automechanikers). Der Typus ist abgesehen vom Betreiber einer New Yorker Produzentengalerie (Cole, Kapitel 5.2.3) europäischer Herkunft. Die vier Männer und fünf Frauen dieses Typus sind in den 1940er, 1950er oder 1960er Jahren geboren und haben ihre Galerie zwischen 1965 und 2005 eröffnet; vier führen sie in Partnerschaft – jeweils mit dem/der Le-

benspartner/in. Bezüglich der Bildungs- und Berufsbiografie sowie des Feldzugangs der Fälle ist er der heterogenste Typus. Einzig innerhalb dieses Typus finden sich erstens solche Galeristinnen und Galeristen – eine Mehrheit: sechs –, die kein Studium, sondern (in der Regel) eine Berufslehre absolviert haben und zweitens solche – eine Minderheit: vier –, die keine künstlerische oder kunstnahe (Aus-)Bildung abgeschlossen haben. Die drei Tertiärabschlüsse sind künstlerisch oder kunstnah: Gestaltung (Mayfield, Kapitel 5.2.1), Kunstgeschichte und Filmproduktion (Cole). Unter den sechs Absolventen einer Berufslehre finden sich ein Buchhändler (Klemperer, Kapitel 5.2.2), ein Kunstantiquar sowie zwei mit einer kaufmännischen Ausbildung. Quereinsteiger im Sinne eines bildungs- und berufsmäßig nicht vorbereiteten Feldzugangs sind bloß letztere, das Ehepaar Bertschi, dessen Galerie das Produkt seines zivilgesellschaftlichen Engagements ist – eine »politisch motivierte Geschichte«, so Hans Bertschi, mit einem engen Bezug zum »Standort« –, sowie die Abgängerin einer Handelsschule, die das Galeriewesen zunächst als Sekretärin kennenlernt. Abgesehen vom politisch motivierten Paar, einer Gestalterin (Mayfield) und einem Künstler (Cole) erfolgt der Berufszugang auch beim wahlverwandtschaftlichen Typus via subalterne Funktionen in Galerien.

Die Galerie des wahlverwandtschaftlichen Typus gehört zu den kleineren Betrieben, d. h., sie ist mit vergleichsweise wenig Personal ausgestattet. Es kann sich um zwei bis zu mehr als zehn Personen handeln, meistens sind es jedoch weniger als zehn. Dem wenigen Personal entspricht nicht notwendigerweise ein kleines Programm, wenn als Maßstab hierfür die Liste der Künstler dient, welche die Galerien veröffentlichen; sie reichen bei diesem Typus von zwölf bis zu 35 Namen. Der ausgewiesene Künstlername sagt allerdings meistens noch nichts darüber aus, ob es sich um eine aktuelle Arbeitsbeziehung handelt und wie exklusiv bzw. intensiv die Arbeitsbeziehung ist. Aus verschiedenen Interviews mit Galeristen in Europa und in den USA geht hervor, dass zwischen Galerien »egalitäre« Beziehungen möglich sind, jedoch auch Hierarchien bestehen können, die sich in den für die Betreuung aufgewendeten Ressourcen und im mehr oder weniger großen Anteil an den Verkaufseinnahmen niederschlagen (so kann etwa eine europäische Galerie die auszustellenden Werke von einer amerikanischen Galerie als Kommissionsware erhalten). Einen Eindruck der Bandbreite der Arrangements vermittelt Marie Feldmann (Typus Betriebsführung), die vom »Glück« spricht, dass eine berühmte amerikanische Künstlerin von einer New Yorker Galerie betreut werde und der Kontakt »mehr so ein freundschaftlicher« sei: »Und

dann gibt man aber gerne Prozente an die andere Galerie ab, weil man ist ja auch entlastet von der Arbeit. So sehe ich das. Es gibt andere Galerien, die das anders sehen. Die meinen, sie müssten mit jedem Künstler direkt arbeiten« (Interview Marie Feldmann, 2007).

Ein verlässlicherer Indikator für die Position als die Namenslisten von Künstlern auf den Homepages der Galerien dürfte folglich das Betreuungsverhältnis sein. Meistens kommt auf mehrere Künstler ein *director* bzw. Delegierter, mit der wachsenden Reputation eines Künstlers nimmt der Betreuungsaufwand jedoch deutlich zu. Je aufwendiger bzw. umfassender die Betreuung, desto näher bei eins oder darüber müsste der Wert liegen; mit anderen Worten kann ein etablierter Künstler durchaus einen Delegierten nur für sich beanspruchen. Erschwert wird die Ermittlung dieses Verhältnisses dadurch, dass die Galerien die Funktionen der Angestellten nicht alle und, wenn sie es tun, nicht einheitlich ausweisen; wie viel Galeriepersonal in Arbeitsbündnisse involviert ist, ist somit nicht immer klar. Gleichwohl ermöglicht der Rückgriff auf das Total des Galeriepersonals eine Annäherung an das Betreuungsverhältnis. Aufschlussreich diesbezüglich ist die Kontrastierung einer europäischen und zweier amerikanischer Galerien. Die Galerie von Irina und Hans Bertschi, die zwei Angestellte beschäftigen, existiert seit über 30 Jahren; das 35 Künstler umfassende Programm (2018 sind es 32) enthält eine Reihe etablierter Namen, die schon längst von anderen, viel größeren und mächtigeren Galerien vertreten werden, jedoch mindestens zum Teil weiterhin sporadisch ein Projekt in der kleinen Galerie realisieren. Demgegenüber arbeiten in der New Yorker Galerie von Sylvia Newman, die eine Generation jünger ist, für fast gleich viele (34) Künstler dreimal so viele, nämlich zwölf Personen (2018 arbeiten für 36 Künstler 18 Personen). Noch deutlicher fällt der Unterschied zu der in den 1980er Jahren in New York eröffneten Galerie von Diane Shelley (Typus Betriebsführung) aus; für die 21, überwiegend sehr prominenten Künstler arbeiten zwölf Personen. Den diesbezüglich extremsten Fall stellt ein New Yorker Fall des Typus *Curating* dar (Edna Pride, Kapitel 5.3.1): Auf 16 Künstler kommt etwa gleich viel Galeriepersonal.

Ein kleiner Galeriebetrieb bzw. vergleichsweise wenig Personal bedeuten eine wenig arbeitsteilige Organisation; der Galerist ist in die meisten Belange selbst direkt involviert. Zentrale Merkmale des Typus Wahlverwandtschaften sind folglich ein geringer Delegierungsgrad des Arbeitsbündnisses – bis hin zu dessen Nicht-Delegierung, für die das Ehepaar Bertschi oder in New York Emmett Cole stehen – und dessen stark diffuse Prägung. Die *face-to-*

face-Interaktion mit dem Künstler ist wichtig, seine Mobilität und räumliche Entfernung von der Galerie kann als Problem bzw. Strapazierung des Bündnisses wahrgenommen werden. Für Hans Bertschi kommt es in einem solchen Fall zu einer »Entfremdung« des Künstlers von der Herkunftsregion, die zu einer loseren, weniger verbindlichen Arbeitsbeziehung und weniger Ausstellungen führt: »Also mit dem ist es nicht mehr so fest, das Ganze, wo man sagen kann, man geht jetzt mit diesem Künstler bis ans Ende« (Interview Irina und Hans Bertschi, 2007). Künstler sind Menschen, denen dieser Typus zugetan sein muss und – als ganze Person – nahe sein will. Sylvia Newman ist nicht der einzige Fall, der Künstler mit den Mitgliedern einer Familie vergleicht. »I learned very, very quickly, I think almost within the first few years of being a gallerist, that I really want to surround with people that I genuinely liked, that I wanted to be close with.« Die Wertschätzung einer künstlerischen Praxis alleine genügt für die Konstituierung eines Arbeitsbündnisses nicht: »As much as I respect an artist's work, I have to like him as a person as well. And that makes it a more harmonious relationship because, you know, I really like my artists and really care for them« (Interview Sylvia Newman, 2010). Weshalb aufgrund eines intimen bzw. diffusen Verhältnisses sich die Arbeitsbeziehung per se »harmonischer« – und nicht im Gegenteil anfälliger für Spannungen – gestalten sollte, als wenn sie primär auf Respekt bzw. intellektuellen Affinitäten basierte, ist logisch nicht schlüssig, für den wahlverwandtschaftlichen Typus jedoch evident. Das Galerieprogramm stellt sich ihm als von ihm gestiftete, durch Affinitäten begründete Vergemeinschaftung dar.

Auch wenn Delegierte designiert sind (nicht mehr als zwei bis drei), so bleibt erstens die direkte Interaktion mit dem Künstler zentral und zweitens wird die Delegierung insofern relativiert, als sich der Galerist als eine Art *primus inter pares* im »kleine[n] Verein« des Galeriepersonals begreift (Interview Klaus Mahall, 2009). Der Produktionsdruck ist gering, die Rücksichtnahme auf den Eigensinn der Künstler groß. Keinesfalls ist in die künstlerische Praxis einzugreifen, um sie effizienter vermarkten zu können. So distanziert sich Hans Bertschi, wie Rebecca Mayfield in London oder Emmett Cole in New York, von einer auf maximale »Effizienz«, d. h. den größtmöglichen Absatz, ausgerichteten Berufspraxis; im Vordergrund steht vielmehr das einzelne gelungene Ausstellungsprojekt – eine »Arbeitsweise«, die Irina Bertschi zufolge Künstler als der ihrigen ähnlich wahrnehmen. Der vom Galeristen-Paar sich selbst erteilte Bildungsauftrag umfasst auch »ineffiziente« Interaktionen mit der kulturellen Öffentlichkeit und die intellektuelle Auseinandersetzung mit

dem Kunstfeld, z. B. in Form von Buchpräsentationen in der eigenen Buchhandlung oder Workshops (die Kumulierung von Rollen – Galerist und Buchhändler oder Galerist und Künstler – kommt im Übrigen ausschließlich beim wahlverwandtschaftlichen Typus vor). Damit verbunden zeichnet sich der wahlverwandtschaftliche Typus am stärksten durch eine lokale Orientierung oder Identität aus, insofern die lokale Resonanz seiner Berufspraxis für ihn wichtig ist (Bertschis, Seiler), diese unverrückbar an einer Adresse verankert ist (Bertschis, Klemperer) oder in ihrer Eigenart als spezifisch in einem Standort begründet aufgefasst bzw. konzipiert wird (Cole).

Paradoxerweise koinzidieren wahlverwandtschaftliche, diffuse Verhältnisse – die vorrangig dem Künstler geltende Verpflichtung bzw. Fürsorge – nicht mit einer umfassenden Betreuung des Künstlers, sondern schließen eine solche, ist die Validierung einmal in Gang gekommen, tendenziell aus. Eine solche fürsorgliche Orientierung artikuliert Irina Bertschi. Sie finanziere und kümmere sich um die Künstler, erzählt sie, »höre ihre Sorgen und Nöte an« und »schleiche in allen kalten Ateliers herum, richte sie auf, auch wenn sie mal eine Durststrecke haben«. Vor allem der selbstcharismatisch auf seiner Berufung beharrende junge, noch kaum rezipierte Künstler »fasziniert« Bertschi:

Eigentlich am tollsten ist es schon mit jüngeren Künstlern […]. Die kommen dann wieder von einer Schule, dann nabeln sie sich ab und wollen dann auch so kollektiv hausen und so, bis sie dann ihre eigenen Ateliers haben. Auch existenziell ist das ja spannend, oder, und wie das dann so kommt, wie sie da, […] das durchzuziehen. Und es fängt auch immer gleich an, in eiskalten Ateliers, ganz bescheiden und so. Und doch spürt man, was da für ein Potenzial und für ein Wille dahinter ist. Und sonst kann man ja keine Kunst machen (Interview Irina und Hans Bertschi, 2007).

Ein mütterlicher Zug im Blick auf die Künstler scheint auch bei Vera Seiler auf, die ebenfalls keine Delegierung kennt und das Programm mit einer Familie vergleicht, von deren Kindern dem Frieden zuliebe keines bevorzugt werden dürfe (Interview Vera Seiler, 2007).

Kompatibel mit einer umfassenden Betreuung, die den Künstler von all dem entlasten soll, was ihn von seiner künstlerischen Praxis ablenken könnte, sind rationale Verwaltung und die Delegierung des Arbeitsbündnisses, da sie einen »Apparat« (Klemperer) und ökonomisches Kapital bedingt, welche die anderen Typen, insbesondere der betriebsführende, eher bereitstellen können. Aus diesem Grund ist der wahlverwandtschaftliche Typus stärker als andere von der Aufkündigung des Arbeitsbündnisses durch Künstler/innen betroffen. Er ist der *gatekeeper* im engeren Sinne und steht auch diesbezüg-

lich in maximalem Kontrast zum betriebsführenden Typus, der eine Konsekrationsagentur betreibt. Die große Bedeutung der personalisierten Praxis bzw. die geringe oder Nicht-Delegierung des Arbeitsbündnisses kann somit zur Verstetigung der *gatekeeper*-Position einer Galerie führen und (durchaus vorsätzlich) eine Transformation in einen anderen Typus mit mehr Konsekrationsmacht verhindern. Insofern wird der wahlverwandtschaftliche Typus mit viel symbolischem, aber relativ wenig ökonomischem Kapital tendenziell zum Opfer des eigenen Erfolgs. Künstler, denen es mit Unterstützung der Galerie gelungen ist, eine Konsekrationsdynamik zu erzeugen, können trotz affektueller Verbindung die Vertretung durch eine andere Galerie vorziehen, die umfassende Dienstleistungen und mehr materiellen Komfort bietet und eine mächtigere Position im Feld besetzt. So entscheiden sich Bertschis dagegen, eine bekannt gewordene Künstlerin, die von einer großen Galerie ein lukratives Angebot erhalten hat, logistisch und finanziell stärker zu unterstützen, d. h. auch, die Funktion von Produzenten zu übernehmen, und lassen diese gehen. Irina Bertschi sagt: »Und wir haben dann gefunden, das können wir, *wollen* wir vielleicht auch gar nicht in diesem Ausmaß, jemandem jetzt quasi noch eine Assistenz zulegen, die *nur* für die [K.] arbeitet.« Ein maximaler typenspezifischer Binnenkontrast existiert insofern zwischen dem *gatekeeper*, der Künstler verliert (Bertschis, Cole), und jenem, der sie zu halten vermag (Klemperer, Newman), dafür jedoch eine relative Versachlichung des Arbeitsbündnisses in Kauf nimmt. Gerade dem wahlverwandtschaftlichen Typus kann der doppelte Druck, bestehende Arbeitsbündnisse aufrechterhalten und gleichzeitig neue Künstler rekrutieren zu müssen/wollen, auf Dauer zum Problem werden.

5.2.1 Philanthropie

> I also want to be true to the artists that I represent.
> And I want to give them as much time as they need
> (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Rebecca Mayfield kommt in den 1950er Jahren als zweites Kind eines Verlegers und einer Hausfrau, der Tochter eines Armeeangehörigen, zur Welt. Nachrufen auf Mayfields Vater ist zu entnehmen, dass dieser zusammen mit Eltern und Geschwistern nach Großbritannien ausgewandert war, wo die Familie eine bescheidenere Existenz fristen und der Großvater, ein Medizinprofessor, sich mit einer Stelle als Allgemeinpraktiker begnügen musste. Nach

dessen frühem Tod bricht der Vater von Mayfield die Schule ab und schlägt sich mit Gelegenheitsarbeiten durch, bevor er mit einem kleinen Erbe in den Buchhandel und später in das Verlagswesen einsteigt. In der Presse vermittelte er von sich das Bild des Außenseiters im Elternhaus, der sich gegen dessen bildungsbürgerliche Ideale und für das Geschäft entschied (ein Bruder wird Literat, eine Schwester Psychotherapeutin; sein Sohn, Mayfields Bruder, ist ebenfalls beruflich selbstständig im Feld der kulturellen Produktion tätig). Der Vater stand im Ruf, den symbolischen Profit gering zu schätzen, und setzte auf günstig produzierte Erzeugnisse, die er auch über Kaufhäuser vertrieb. Sein Aufstieg zum Großverleger, Philanthropie und Mäzenatentum verleihen ihm die Züge des autodidaktischen *self-made man* mit sozialem Gewissen. Ökonomisches Kapital ist im Hinblick auf Mayfields berufliche Selbstständigkeit demnach sozusagen grenzenlos vorhanden. Dessen (zumindest potenzielle) Verwertung manifestiert sich darin, dass Mayfield zu jenen Galeristinnen gehört, die es wagen bzw. sich leisten können, ohne Berufspraxis in einer Galerie – ohne Kenntnisse des Kunstmarktes und des Feldes der Gegenwartskunst – und ohne ökonomischen Druck gewissermaßen aus dem Stand einen Schauraum zu eröffnen. Neben ökonomischem Kapital kennzeichnen die Herkunftskonstellation von Mayfield väterlicherseits folglich auch symbolisches Kapital (eine hochgradig bildungsaffine, intellektuelle Tradition) und unternehmerische Dispositionen sowie Spuren professionalisierten Handelns (das Großvater und die Tante verkörpern). Im bildungsbürgerlichen Herkunftsmilieu des Vaters werden der Sinn für ästhetische Erfahrung hochentwickelt gewesen sein. In der Form gemeinnütziger Zuwendungen ist das Lindern von Leiden bezweckende Handeln aber auch beim Vater gegenwärtig (abgesehen von Parteispenden ist sein zivilgesellschaftliches Engagement vor allem karitativ, sozial und kulturell).

Kunst als Therapie

Rebecca Mayfields Kindheit wird von zwei Ereignissen erschüttert. Als sie elf Jahre alt ist, lassen sich die Eltern scheiden; zwei Jahre später stirbt ihre Mutter. Der bildenden Kunst, die kurz darauf »ihr Leben betritt«, begegnet sie an einer reformpädagogischen Schule in der Gestalt einer Lehrerin, einer eigentlichen Ersatzmutter. Sie bietet ihr die Zuwendung und Geborgenheit (»love and attention«), die sie bei dem vom Beruf absorbierten Vater – »whom I didn't know so well« (*sic*) – vermisst (dieser heiratet nach der Scheidung umgehend wieder). Kunst nimmt in der Erzählung Mayfields die

Funktion einer therapeutischen Betätigung und Erfahrung ein, die ihr hilft, eine kritische, besonders verletzliche Phase ihres jungen Lebens zu bewältigen. »I know exactly how art came into my life«, sagt sie. Die Metapher gemahnt an eine religiöse Offenbarung oder den Beginn einer Liebesbeziehung (dass ihre Stiefmutter eine Kunsthochschule besucht hat, erwähnt sie im Interview mit keinem Wort; dies erfahre ich erst bei der anschließenden Erhebung der biografischen Daten). »I went there and was very distressed about things. And there was an art teacher. And she just completely took me under her wing, *completely*, in a very major way and looked after me and nurtured me. And, you know, I spent all my days in the art room. And I know I can trace back, you know, what I'm doing now to this woman, for sure.« Doch entwickelt Mayfield auch über das gleichsam therapeutische Setting des Schulzimmers hinaus ein Interesse für Gestaltung und Kunst. Sie bildet sich zur Illustratorin aus, arbeitet mehrere Jahre für eine Büchergilde, bildet sich an einer Hochschule für Gestaltung weiter und unterrichtet schließlich auch. Bis dahin weist in ihrem Werdegang wenig darauf hin, dass sie ein eigenes Geschäft eröffnen könnte. Mit der Option des Einstiegs in die väterliche Firma wird sich am ehesten ihr (älterer) Bruder auseinandergesetzt haben. Mayfield macht das Buch zwar ebenfalls zum Gegenstand ihrer Arbeit, doch nicht als zu vermarktendes und in Massen abzusetzendes Produkt, sondern als zu gestaltendes Objekt, dem sie sich einzeln und stets mit Blick auf dessen jeweiligen Inhalt zu widmen hat. Auf die Berufspraxis der Galeristin bereiten sie die pädagogische Praxis, für welche die personalisierte Praxis (ebenfalls eine Art Arbeitsbündnis zwischen Lehrerin und Schülerin) gleichfalls konstitutiv ist (und mit der Mayfield den Pfad ihres nach der Mutter größten weiblichen Vorbilds einschlägt) und die kunstnahe Praxis der Gestalterin vor, die als Verlagsangestellte zudem mit freischaffenden Illustratoren zusammenarbeitet.

Rebecca Mayfield ist etwa dreißig Jahre alt, als sie Ende der 1980er Jahre im Zentrum Londons einen Schauraum eröffnet. Wenige Zeit später kommen innerhalb von fünf Jahren ihre drei Kinder zur Welt. Deren Vater ist im Leitungsteam einer Non-Profit-Organisation, die Kunstprojekte finanziert, und als freischaffender Kurator tätig. Nach ein paar Jahren vergrößert Mayfield die Ausstellungsfläche, bevor sie nach fast zwei Jahrzehnten an eine neue Adresse zieht, aber einige Jahre darauf die Räume am alten Standort wieder für Ausstellungen zu nutzen beginnt. Zum Zeitpunkt des Interviews (2010) vertritt Mayfield über zwanzig überwiegend europäische Künstlerinnen und Künstler (2016 etwa gleich viele; das Programm hat sich fast nicht

verändert) und beschäftigt sieben (2016 zwölf) Angestellte. Am Galerieprogramm fallen der Frauenanteil von fast zwei Drittel und die generationelle Homogenität auf. Fast alle Künstler und Künstlerinnen sind in den 1950er oder 1960er Jahren geboren (genau eine Künstlerin nach 1970; 2016 sind es zwei).

Auf ein Bedürfnis nach Autonomie führt Rebecca Mayfield die Eröffnung ihres Schauraums zurück. In diesem Fall auf der Hand gelegen hätte, sich als ausgebildete und unterdessen erfahrene Buchgestalterin selbstständig zu machen. Doch geht es Mayfield offensichtlich nicht alleine um ein eigenes Geschäft. Ihr Entwurf ist vage. Spezifisch sind ihre Vorstellungen einzig in Bezug auf den Gegenstand einer für sie sinnstiftenden Tätigkeit (Kunst) und auf die *face-to-face*-Interaktion mit dessen Produzenten (wie noch zu sehen sein wird, muss dies nicht per se ein Arbeitsbündnis implizieren). Zudem erwägt Mayfield zunächst, an die therapeutische Erfahrung von Kunst in ihrer Jugend anzuknüpfen und sie in einem heilpädagogischen Rahmen zu nutzen.

I always had had a passion for arts, both learning and studying, but also making myself. So, I knew, it had to be within the arts. But that's pretty broad. And, to be honest, it was almost by chance that this all happened. I wanted to work with artists. And a very good friend of mine suddenly sow the seed and said, ›Why don't you open a gallery?‹ It hadn't crossed my mind that this is what I wanted to do. So I started to research it. And then I started to think about how I felt when I went into a gallery. And I still am quite shy. But twenty odd years ago I was very shy, and going into, particularly, commercial galleries I found quite difficult (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Auch im Fall von Mayfield kommt der entscheidende Anstoß von außen. Obschon sie sich letzten Endes für den herkömmlichen, dem Alltag entrückten *white cube* entscheidet, geht sie von der Idee eines möglichst einladenden, zugänglichen Orts für ästhetische Erfahrung aus. In der Eingangssequenz des Interviews, in der sie ihren Werdegang referiert, schließt Mayfield an den Bericht, wie ihr die Idee zu einer Galerie suggeriert wurde, nicht etwa mit einer (naheliegenden) Aussage zu einer spezifischen Kunst, die sie zeigen wollte, oder zur aufwendigen Suche nach Künstlerinnen an. Thematisch ist vielmehr ihre Erfahrung als Ausstellungsbesucherin. Es beschäftigt sie, was eine Galerie denn sein und insbesondere wie der Ort beschaffen sein könnte, in dem sie ihr Publikum empfangen möchte. Berufen fühlt sich Mayfield demnach zuallererst, einen Kontext zu schaffen, der ihr für die unbeeinträchtigte Erfahrung von Kunst angemessenen scheint, und offensichtlich weniger, noch nicht oder zu wenig sichtbare Kunst sichtbar zu machen. In der daran

anschließenden kurzen Sequenz füllt Mayfield das programmatische Vakuum etwas, indem sie ihre alte Vorliebe für die Zeichnung erwähnt, eine essenzielle Gattung (»the beginnings of a work«), die in ihren Augen von den Galerien vernachlässigt wurde. Doch kehrt sie darauf umgehend ausführlich zu den – kunstpädagogischen – Fragen der Qualität des Galerieraums, der Art und Weise der Vermittlung und der Qualität der Erfahrung zurück, die sie dem Publikum bieten möchte.

But they were *big* slick one-space galleries, and with some pretty girl behind a desk, you know. And there was no contact with anybody. And it wasn't a nice experience. So I started to think, ›Well, if *I* had a gallery, I would do it in a very different way. I would make it a very personal experience. I'd make it like an experience that you have‹ – I mean, I'm not at all religious. But when you go into a church and you put money in a slot and the lights come on and then you see the fresco – and so I wanted to create a space where you felt like you were discovering things yourself (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Wie Carrie Whitehead (Kapitel 5.3.3), eine andere Londoner Galeristin, setzt Mayfield ihre Vorstellung eines adäquaten Schauraums in einem »heruntergekommenen« Wohnhaus um. Wie Whitehead und andere Galeristen des Typus *Curating* denkt und handelt sie zunächst in der Art und Weise einer Kuratorin entlang einzelner Ausstellungsprojekte, bevor sie den Schauraum im Verlauf von zwei Jahren langsam in eine eigentliche Programmgalerie überführt und Arbeitsbündnisse eingeht. Diese Transformation stellt sie als Anpassung an die Bedürfnisse der Künstlerinnen – genauer: der Künstlerin an sich – dar. Künstlerinnen wünschten »mehr als das«, d. h. mehr als eine sporadische Ausstellung. Mayfield wird gewissermaßen auf Wunsch von Künstlern Galeristin. »And I also had this idea, when I started, that maybe I could run a gallery where I didn't represent artists. Maybe I could work in a way that was more sort of about working on projects with artists and be more fluid about my program. But I suddenly realised, that's not what artists want. They want more than that.« Die Anfänge von Mayfield sind denkbar weit vom forschen, planmäßigen und strategischen Vorgehen einer Ida Haufler entfernt, die ebenfalls als Kuratierende begann. Von geschäftlichem Kalkül bzw. Pragmatismus zeugt in erster Linie ihre Überlegung, »klein zu beginnen« – in der Wahl des Mediums (der Zeichnung) und einer kleinen Ausstellungsfläche: »I had *no* experience. I couldn't – I had no contact with artists of the sort of artists that I was starting to think about. I didn't – I wasn't *in* the art world. So I had to start in quite a small way« (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Es ist eher unwahrscheinlich, dass Mayfield ohne das ökonomische Kapital ihres Elternhauses überhaupt Galeristin geworden wäre oder die Rezession der frühen 1990er Jahre durchgestanden hätte. Zu diffus und ökonomisch unbedarft ist ihr Entwurf, zu ungewiss sind die Erfolgsaussichten innerhalb nützlicher Frist – nicht zuletzt auch aufgrund ihrer fehlenden Kenntnisse des Feldes –, zu marginal schließlich ist die damalige Position Londons im Feld der Gegenwartskunst. Die Verdoppelung der Ausstellungsfläche nach nur wenigen Jahren Geschäftstätigkeit und im Jahr der Geburt des dritten Kindes ist vor diesem Hintergrund sprechend. Sie weist auf geringen ökonomischen Druck hin.

»Attuned« – diffuse (weibliche) Affinitäten

Rebecca Mayfield hat also Zeit, um ihre Rolle auszuloten bzw. sich an die Rolle der Galeristin heranzutasten, und kann gleichzeitig das bei Unternehmensgründungen in der Regel akute Problem der ökonomischen Subsistenz ein Stück weit vernachlässigen. Obschon sie ihr Programm anfangs als Sequenz einzelner Ausstellungen ins Auge fasst und keine dauerhaften Bindungen zu Künstlerinnen eingehen möchte, hat sie gleichwohl wenig mit den Kuratierenden unter den Galeristinnen gemein. Sie neigt nicht dazu, sich in der Art einer Kuratorin als Ko- oder Ausstellungsautorin zu begreifen, und es fehlen ihr entsprechend das Genialische sowie die Distanz zur Künstlerin, die nötig ist, um diese als »Werklieferantin« im Dienste ihrer eigenen Vision zu sehen. Eine Ehe, die sie mit der Beziehung zum Lebensgefährten und Vater ihrer Kinder realisiert, sucht Mayfield im Arbeitsbündnis zwar nicht, doch Nähe zu den Künstlerinnen sehr wohl – als Menschen, die ihr so lieb sein müssen, dass sie sie gleichzeitig auch als Gäste bewirten und beherbergen möchte. Galerie und Wohnort fallen anfangs denn auch in eins: »And I was gonna live there. And my intention was, along with running a program I would also invite artists from abroad to come and live there and then make work. So, it was quite a big idea I had. And I opened, I started having a few artists to stay, and then I realised, it was too much. You can't – the relationship was too close. You can't be living with the artist and being their gallerist and having breakfast with them.«

Von diesem frühen Versuch einer Wohngemeinschaft auf Zeit mit den jeweils ausstellenden Künstlern bleibt bei Mayfield dauerhaft ein Arbeitsbündnis übrig, dessen Zustandekommen Affinitäten zur Person der Künstlerin ganz wesentlich voraussetzt und in welchem das künstlerische Werk ein

Stück nachgelagert erscheint. Es könne nicht nur um die Kunst gehen, sagt Mayfield. »It was always important for me that it wasn't just the work. It was the artist. And I realised very early on that the relationship that would hopefully build up over time and – one had to have, you know, mutual respect and have a good relationship with the artist *first*. So I started to get to know him and to look at his work.« Dass dem Künstler als ganzer Person eine zentrale Bedeutung zukommt und Affinitäten mit dieser Person eine Voraussetzung für die Entstehung des Arbeitsbündnisses sind, lässt sich alleine anhand des letzten Satzes der Sequenz erschließen; Mayfield erzählt an dieser Stelle von einem der ersten Künstler, der zum Galerieprogramm stößt: Sie lernt zuerst den Künstler – den Menschen – kennen und schaut sich dann dessen Kunst an. Intellektuelle Komplizenschaft – Geistesverwandtschaft – alleine reicht für die Sorte Arbeitsbündnis nicht aus, die Mayfields Berufspraxis begründet. Den großen Anteil Frauen im Galerieprogramm erklärt sie sich mit ihrer besonderen – weniger geistigen als »persönlichen«, gefühlsmäßigen – Affinität zur künstlerischen Praxis von Frauen. Im Unterschied zu Marie Feldmann, die in ihren beruflichen Anfängen von einer Untervertretung der Künstlerinnen im Kunstmarkt ausgeht und deshalb Kunst von Frauen zum Gegenstand von Ausstellungen macht, stellt Mayfield strategische oder geschlechterpolitische Überlegungen kategorisch in Abrede: »It has *never* been something that I've thought, ›This is what I want to do, 'cause I believe that women artists are not represented.‹ It's more – it's sort of more personal in that, it's more the feeling of being more attuned, in some way, to the work they're making.«

»For me, what I enjoy most about running the gallery is my relationship with the artists«, sagt Rebecca Mayfield. Aufgrund des großen Gewichts, das ein nichtvermitteltes, persönliches Verhältnis zur Künstlerin für sie hat, ist der Delegierungsgrad der Arbeitsbündnisse auch nach zwanzig Jahren und trotz mehrerer konsekrierter Künstlerinnen im Programm immer noch gering. Gerade einmal drei Personen sind in Arbeitsbündnisse involviert; in jedem Fall die Galeristin sowie zusätzlich jeweils eine bzw. einer von zwei weiteren Angestellten. Die Künstlerinnen sollten immer einen »Link« zu ihr haben können. Denn worin sie wirklich gut sei, so Mayfield, »is helping and discussing their work and thinking of ways to help them with lots of different aspects in terms of showing their work or making connections, bringing people together.« Zwar umfasst ihre Umschreibung der Betreuungsarbeit das Gespräch und ähnelt insofern ein Stück weit der Konversation zwischen autonomen und mündigen Partnern, die den Dreh- und Angelpunkt des

Selbstverständnisses einer beratenden Galeristin wie Frances Avery (Kapitel 5.4.1) bildet. Doch versteht sich Mayfield noch stärker als helfender und treuer Beistand; die Tätigkeiten, die sie aufzählt, sind a priori Bestandteil der Berufspraxis einer jeden Galeristin, aber in der Interviewsequenz sind sie allesamt aus ihrer Funktion als Helfende abgeleitet. Um die Hilfestellung bieten und das persönliche Verhältnis zur Künstlerin realisieren zu können, bedarf es in ihrer Wahrnehmung der regelmäßigen leiblichen Anwesenheit der Künstlerin; Nähe zur Künstlerin bedeutet im Falle Mayfields ebenso räumliche Nähe. Diese hat zur Folge, dass räumliche Distanz für sie zum Problem wird bzw. dem Einzugsgebiet der Galerie Grenzen gesetzt sind. »I work very closely with my artists. So, actually, there's a practical thing, problem, you know. I would find it very difficult having artists who are based in South America or wherever. I like to have a proper dialogue and relationship with artists.« Nähe bedeutet nicht einfach regelmäßigen und häufigen Austausch mit der Künstlerin. In einem Feld, dessen Akteure sich nicht zuletzt durch rastlose Mobilität positionieren, bedingt eine für die Künstlerin »förderliche Beziehung« für Mayfield paradoxerweise Interaktion von Angesicht zu Angesicht. »I don't particularly like to work with artists who, you know, I might just show every three years and see once a year.«

»A particular pace«

Das Passungsverhältnis zwischen Galeristin und Künstlerin muss sich auch auf ein geteiltes Verständnis der Arbeitsweise, d. h. auf übereinstimmende Erwartungen in Bezug auf das Produktions- und Vermittlungsvolumen, erstrecken. Rebecca Mayfield möchte den Künstlerinnen nicht nur nahe sein, sondern sie auch nicht unter Produktionsdruck setzen. Im Gegenzug erwartet sie von ihnen, dass sie sich einem langsamen, aber steten Vermittlungstempo unterordnen, d. h. eine kurzfristig weniger effiziente Vermarktung in Kauf nehmen, und mit weniger umfassenden Dienstleistungen begnügen als sie gewisse Konkurrenten bieten. Dauerhaftigkeit, Verbindlichkeit und Empathie zählen diesem Verständnis von Arbeitsbündnis zufolge mehr als die stellvertretende Lösung sämtlicher logistischer und finanzieller Probleme durch die Galerie (einschließlich die Werkproduktion im engen Sinn betreffende) und als der kurzfristige ökonomische Profit. Mayfield sieht diesbezüglich ein gemeinsames Ethos am Werk: »I sort of almost feel like, anyone who joins [Mayfields Galerie, M. G.] buys into this.« Ein Arbeitsbündnis, das zu geringen Teilen delegiert wird, d. h. an dem ein großer Teil

der ganzen Person der Galeristin beteiligt ist, bedeutet insofern auch eine weniger arbeitsteilige Organisation in der Galerie. »Yeah, occasionally I have had artists who've sort of said, ›Well, my friend's at White Cube, and, you know, she's got a big studio. And the gallery is paying for an assistant, and they're buying, they're putting, you know, they're spending money in all the production and she's‹ – We don't quite work like that. And that's sort of, you know, occasionally, there's mumblings of that, but very very occasionally.« Denn die Galerie tätige die Verkäufe ja, sagt Mayfield, und sie verfüge über die nötigen guten Beziehungen zu Museen und Sammlern; doch geschähe dies in einem bestimmten Tempo (»at a particular pace«), von dem sie auch unter günstigsten Bedingungen am (Sekundär-)Markt nur geringfügig abweichen möchte. »I think it's more respectful. It's more respectful for the artist, the collectors, the work.«

In Anbetracht des idealerweise dauerhaften Arbeitsbündnisses und der Zeit, die sich Rebecca Mayfield einerseits dafür abverlangt und andererseits der Künstlerin für ihre Arbeit gibt, wird die Rekrutierung neuer, jüngerer Künstlerinnen zu einem kaum mehr zu erfüllenden Gebot. Mayfield, die sich keinen größeren Betrieb wünscht, spricht diesbezüglich von einem »furchtbaren Dilemma«, angesichts dessen sie sich in der Regel für die Weiterführung bestehender Arbeitsbündnisse auf Kosten von Rekrutierungen entscheidet: »How do you continue to take on artists when you don't particularly want to grow and grow? I don't want to have a gallery where I'm employing forty people. I also want to be true to the artists that I represent. And I want to give them as much time as they need.« Für Mayfield ist ein Galeriebetrieb als rationale und effiziente Organisation mit versachlichten und delegierten Arbeitsbündnissen, die reinen Zweckbündnissen ähneln, nicht denkbar. Sie kann sich keine andere als eine »sehr nahe« Beziehung zur Künstlerin vorstellen. Deshalb muss sie sich wundern, wie andere Galerien mit Dutzenden Künstlern im Programm angesichts des Betreuungsaufwands zurechtkommen. »I mean, I feel that the artists on our list are artists that we work with very closely, and we look after them, and we help them in lots of different ways.« Das große Gewicht der diffusen Anteile in ihren Arbeitsbündnissen erschwert es Mayfield, ein solches abzubrechen, bloß weil sie eine bestimmte künstlerische Praxis nicht mehr überzeugen oder neue Positionen entdecken würde, für deren Rekrutierung sie ein bestehendes Arbeitsbündnis aus rein programmatischen Gründen opfern müsste. Es ist sogar wahrscheinlich, dass sie sich mit Erkundungen zurückhält, weil sie bei sich kaum »Raum« für neue Künstlerinnen sieht (etwas Spielraum verschafft hat

sich Mayfield neuerdings mit der erwähnten Reaktivierung der ursprünglichen, kleinen Galerieräume, die sie – in der Art einer Kuratorin – auch für Ausstellungen historischer Kunst und von Künstlerinnen nutzt, die sie nicht vertritt). Von Galerien, die immer wieder rekrutieren, vermutet Mayfield – durchaus zutreffend –, dass sie nüchterner bzw. härter (»a bit more brutal«) seien, d. h. sich von Künstlern trennten. »But that I would find, you know, quite difficult.« Mayfields Auslegung des Arbeitsbündnisses hemmt das Entdecken und Erschließen sowie Zeigen neuer Kunst und ist unmittelbar in der Homogenität des Galerieprogramms abgebildet, in welchem nach über 25 Jahren Geschäftstätigkeit unverändert Künstlerinnen einer Generationslagerung sehr deutlich überwiegen.

Das Prinzip des sach- bzw. kunstbezogenen Interesses strukturiert auch das Verhältnis von Rebecca Mayfield zur kommerziellen Transaktion bzw. zum Markt und ihre Beziehung zur Kundschaft. So wenig sie im Rahmen des Arbeitsbündnisses die Künstlerin unter Druck setzen möchte, so dezidiert distanziert sie sich vom möglichst effizienten Absatz dessen, was sie anbietet. Kunst soll um ihrer selbst willen geschätzt und nicht auf ein Etikett reduziert als mondäne Trophäe begehrt werden. Dass sich kommerzielle Zurückhaltung, d. h. der Verzicht auf kurzfristig maximalen ökonomischen Gewinn, langfristig als symbolischer (und letzten Endes auch ökonomischer) Gewinn bezahlt macht, könnte die Quintessenz der folgenden Episode aus ihrem beruflichen Alltag sein. Mayfield erwähnt eine Sammlerin, die von einer »entsetzlichen Erfahrung« berichtete: Eine New Yorker Galerie habe ihr »verzweifelt nachgestellt«, um ihr ein teures Werk einer begehrten Künstlerin zu verkaufen. Die Frau, fast »zum Wahnsinn getrieben«, zog sich schließlich vom Kauf zurück und wurde daraufhin von ihrer Beraterin an Mayfield verwiesen, die besagte Künstlerin ebenfalls vertritt und der Sammlerin ein anderes Werk verkaufte, von dem sich die Galeristin allerdings nur schweren Herzens trennte: »But I love the work so much that I find it very difficult to sell it.« Gerade diese Transaktion ließe sich freilich auch als Beispiel einer vom Besitz eines Namens motivierten und/oder einer finanziellen Investition anführen: Es geht der Sammlerin im Grunde genommen nicht so sehr um ein bestimmtes Werk, sondern um eine bestimmte Künstlerin, die insofern als eine Art Marke fungiert, deren Besitz Sozialprestige und/oder künftigen Profit im Sekundärmarkt verspricht (wie ähnlich bzw. verschieden die beiden in diesem konkreten Fall infrage kommenden Werke sind, ist allerdings nicht bekannt). Doch diese Art Kompromiss dürfte im Kunstmarkt paradoxerweise gerade die Regel sein, weil das Prinzip des Unikats es gar nicht zu-

lässt, dass die Passion sämtlicher Sammler für ein spezifisches Werk in dessen Besitz resultiert, und dazu führt, dass bloß eine Minderheit von ihnen in den Besitz jenes bereits vollendeten Werks gelangt, nach welchem sie am meisten trachten. Nicht umsonst kann es bei gefragten Künstlerinnen wie jener von Mayfield Vertretenen geschehen, dass Galerien Wartelisten Kaufwilliger für Werke führen, die erst noch produziert werden müssen (diese Art der Reservierung ähnelt der durch Mäzenatentum finanzierten Auftragskunst). Zudem ist seit dem Aufkommen von Konzeptkunst, d. h. insbesondere von Kunst ohne physisches Objekt, Kunst mehr denn je auf den Namen der Künstlerin angewiesen, indem sie erst als durch diese designiertes und gezeichnetes bzw. authentifiziertes Werk als solche erkennbar wird bzw. existiert.

Rebecca Mayfield, die angetreten war, einen idealen Rahmen für die Erfahrung von Kunst zu schaffen, suggeriert im Verlauf des Interviews bloß an einer Stelle, dass ihre etablierte Position mit der Gabe zu tun haben könnte, in einem frühen Stadium relevante Kunst zu erkennen. Von ihrer ersten Messeteilnahme, in Köln, erzählt sie eine Geschichte, in der sie als die Entdeckte figuriert, die als junge, noch reichlich ahnungslose Galeristin sozusagen die Weihe von prominenten Sammlern erhält:

I was pretty new to it all. And I remember, I showed just these two artists […]. And these incredibly nice and wonderful collectors from Germany came, and I remember all the other gallerists sort of looking at me quite enviously. And they sat down and we talked and we talked, and I was *so* naive, I didn't know who they were. They were actually *very* prominent. And when they left I had to ask them who they were. And, anyway, they bought my whole stand. I mean, it wasn't so many works, but they bought the whole stand (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

Ein individuelles Verdienst in Anspruch nimmt Mayfield hingegen, wenn sie sich als Stifterin eines spezifischen »Ethos« sowohl besonnener als auch von der Passion für die Sache angeleiteter Vermittlungspraxis sieht: »The collectors that I work with are also the sort of collectors who are attracted not just to the artist but to the whole ethos of the gallery.« Auch in Bezug auf ihre Kundschaft geht Mayfield also von einer Gleichgesinntheit aus. Diese verkehrt in bzw. mit der Galerie, weil sie Kunst wertrational motiviert sammelt und das unaufdringliche Gebaren der Galeristin schätzt:

I mean, commercially I work in a way that is probably not so successful for us, because I'm not very pushy. But it ends up meaning that I work with collectors who appreciate that too. And it's not done in a frenzy way, and so, yes, you know, actually, we could probably be at times much more active. But I don't wanna be working with

collectors who are not genuinely really passionate and interested in the artists. I'm not interested in working with collectors who have a list and say, you know, ›I got to have a [K.] in my collection.‹ You know, they're not interested in what the work is, they're not interested in the artist. They're just interested in the name (Interview Rebecca Mayfield, 2010).

So wie Mayfield besonderen Wert auf eine persönliche »Beziehung« zu den Künstlerinnen ihres Programms legt, sind ihr jene Sammlerinnen am liebsten, denen es ebenfalls auf eine solche »Beziehung« sowohl zur Galeristin als auch zur Künstlerin ankommt.

5.2.2 Erweiterte Großfamilie

> Aber man kann das Programm, glaube ich, nur so auswählen, nicht nach einem Überbegriff, sondern ob die Künstler zu einem passen, also ob die Künstler irgendwie gut sind. […] Es gibt einfach viele Künstler, die wir heute im Programm haben, die sich auch untereinander gut verstehen, die sich gegenseitig schätzen und so weiter. Und das ist natürlich auch ein Indiz dafür, dass wir da auf einer Richtung liegen, die insgesamt irgendwie interessant ist (Interview Roland Klemperer, 2007).

Bezüge zur Kunst, Bezüge zum Handel

Roland Klemperer kommt in den 1960er Jahren als zweites Kind eines Antiquars und einer zeitweiligen Antiquitätenhändlerin in einer Stadt zur Welt, die ein wirtschaftliches, aber auch ein Zentrum des Kunstfeldes ist. Der Großvater väterlicherseits war Papierfabrikant; die Großmutter sammelte Expressionisten. Klemperer ist noch ein Kind, als die Eltern sich scheiden lassen. Seine deutlich jüngere Halbschwester – vermutlich die Tochter seiner Mutter – besucht das Gymnasium und ist Hausfrau. Wie sein Bruder, der als Zahntechniker ein Präzisionshandwerk erlernt und sich später selbstständig macht, absolviert Klemperer eine Berufslehre, doch ähnelt seine Bildungs- und Berufsbiografie inhaltlich und strukturell jener seines Vaters, der nicht das tut, wozu ihn die Familie ausersehen hat, und für seine Passion einen sozialen Abstieg in Kauf nimmt. Der von Klemperer als »Träumer« und Büchernarr beschriebene Vater besuchte das humanistische Gymnasium und trat dann nicht die designierte Nachfolge des Großvaters im Unternehmen an (die Firma geht später Konkurs). Stattdessen eröffnete er nach rund zehn

Jahren ein Buchantiquariat und heiratet die Tochter eines Hausmeisters, der in einem Kunstmuseum arbeitet.

Im Elternhaus von Roland Klemperer sind folglich Verbindungslinien zum Kunstfeld und im Hinblick auf das berufliche Handeln in einer Galerie passfähige Dispositionen und Motivlagen gegenwärtig. Nicht weniger als drei der Großeltern mögen diesbezüglich relevant gewesen sein: Als Hüter von Ausstellungsräumen steht der eine Großvater für den erleichterten Zugang zur Erfahrung realpräsenter kanonisierter Kunst, die der Hektik des städtischen Treibens entrückt im *white cube* erfahrbar ist; als Sammlerin von Gegenwartskunst verkörpert eine Großmutter Empfänglichkeit für Neues und bietet Erfahrung jüngerer Kunst als etwas, das erstanden wird und seinen Platz ganz selbstverständlich in privaten Räumen hat; der zweite Großvater schließlich verkörpert als Industrieller unternehmerisches Handeln oder tradiert es zumindest (in welcher Generation die Firma im Familienbesitz ist, präzisiert Klemperer nicht). Die Eltern von Klemperer – dauerhaft allerdings nur der Vater – sind selbstständig und handeln mit Gegenständen, deren Wert aus dem Material und dessen Verarbeitung, ihrer Gestaltung, ihrem mehr oder minder versehrten Zustand und nicht zuletzt aus ihrem Alter sowie ihrer Seltenheit hergeleitet wird. Antiquarisch angebotene Bücher erfüllen unter Umständen erst in zweiter Linie den Zweck »geistiger Nahrung«, die auch eine Neuauflage im Taschenbuchformat böte; sie interessieren vornehmlich als historische, seltene und ästhetisch ansprechende Objekte und/oder Unikate. Insofern gleicht der Buchantiquar, der durch die Geschichte bereits validierte Artefakte verwertet, dem reinen Kunsthändler. Die biografischen Daten des Vaters weisen auf eine recht lange, krisenhafte, d. h. unentschiedene Periode (ein Adoleszenzmoratorium ohne tertiäre Bildung) hin, die er dadurch beendet, dass er die Hoffnungen des Großvaters enttäuscht und sich für seine Leidenschaft entscheidet. Zum Bruch mit dem Elternhaus kam es deshalb kaum; der Vater nutzte im Gegenteil wahrscheinlich elterliches Vermögen als Startkapital. Es verbinden sich bei ihm Bildungsorientiertheit, Autodidaktentum und zweckfreie Empfänglichkeit für künstlerische Werke (die Fähigkeit zu ästhetischer Erfahrung und die Neigung zu dem gewissen Maß an Absonderung, die sich wechselseitig bedingen) mit dem berechnenden Geschäftssinn, den die Vermarktung bzw. Kommodifizierung von Literatur oder Kunst erfordert. Schließlich eignet ihm ein antikonformistischer Zug, der auch in der Heirat einer Frau aus tendenziell bildungsfernen und deutlich bescheideneren Verhältnissen zum Ausdruck kommt.

Zielstrebigkeit, Umtriebigkeit

Roland Klemperer, der seine erste Antwort mit der Bemerkung einleitet, er habe sich »schon immer« – d. h. soweit seine Erinnerungen zurückreichen – »für Kunst interessiert«, beginnt nach Abbruch des Gymnasiums mit etwa 18 Jahren eine Buchhändlerlehre. Indem er das vom Vater zweifelsohne unterstützte humanistische Curriculum abbricht, ist dieses nicht an sich infrage gestellt. Ähnlich wie der Vater und mit dessen Förderung setzt er sein Bildungsvorhaben fort. Die vom Vater dank Beziehungen zum Eigentümer vermittelte Lehrstelle in einer Kunstbuchhandlung eröffnet Klemperer die Möglichkeit, sich autodidaktisch seiner eigentlichen Leidenschaft zu widmen. Gleichzeitig nährt er damit die Hoffnung des Vaters, dereinst das Antiquariat zu übernehmen.

Und ich habe ihn auch ein bisschen dazu gedrängt, weil *mich* interessierten in erster Linie gar nicht so sehr die Bücher, sondern eigentlich die Kunst. Und da habe ich sehr viel gelernt, mehr gelernt wahrscheinlich, als ich in einem kunstgeschichtlichen Studium hätte lernen können, also für die Galerie. Also erstens An- und Verkauf, wie führt man eine Kasse, die Buchhaltung, aber eben natürlich auch die ganzen Künstler, also, die auch als Besucher dahinkamen und so weiter. Aber die ganzen Kunstbücher konnte ich mir ansehen, und dadurch kriegte ich eigentlich einen ziemlich guten Überblick schon mal übers 20. Jahrhundert. Das war so mein Einstieg (Interview Roland Klemperer, 2007).

Klemperer ist einer von bloß vier Galeristen des 23-köpfigen Samples, die formell eine kaufmännische Qualifikation erworben haben; es sind dies ferner Klaus Mahall (in einem Auktionshaus), Vera Seiler (an der Handelsschule) und Andrea Schelbert (im Rahmen einer Kurzausbildung für Gymnasialabgänger) – alle zählen sie zum Typus Wahlverwandtschaften (mit dem Rechnungswesen gründlich vertraut war genau genommen freilich nur Seiler, die vor der Eröffnung ihrer Galerie mehrere Jahre als Sekretärin arbeitete). Während Galeristen, wenn sie vom Berufseinstieg erzählen, in der Regel Distanz zur Kommodifizierung zu markieren pflegen, indem sie ihre Passion einerseits sowie Naivität und Unkundigkeit das Geschäft betreffend andererseits betonen, lenkt der seit über zwanzig Jahren tätige Klemperer die Aufmerksamkeit des Interviewers sachhaltig auf die »profanen« Anforderungen seiner Berufspraxis. Nebst Einblicken in die jüngere Kunstgeschichte, die ihm »die ganzen Kunstbücher« gewissermaßen nebenher vermitteln, erwähnt er die im Hinblick auf die Konstituierung von Arbeitsbündnissen instruktive Sekundärsozialisation an einem Ort, an dem sich informelle Interaktionen mit Künstlern ungezwungen ergeben. Klemperer tut in dieser

Sequenz allerdings nicht, was Galeristen öfter tun, wenn sie von frühen persönlichen Begegnungen mit Künstlern berichten. Erstens nennt er keine (unterdessen) konsekrierten Namen, die in der Rückschau bestätigen, dass er von Beginn an richtig lag bzw. legitime Positionen antizipierte; zweitens ist der (in den anderen Fällen jeweils namentlich erwähnte) Künstler nicht als Mentor thematisch, der dem jungen oder künftigen Galeristen die Augen öffnet. Vielmehr fasst der anonyme, kollektive Ausdruck »die ganzen Künstler« – auch wenn er durchaus auf ein historisch-konkretes Milieu der 1980er Jahre verweist – den Künstler als eine spezifische Gattung Mensch, die im Umgang bestimmte soziale Kompetenzen erfordert.

Die Berufslehre führt Roland Klemperer ins Zentrum des Feldes der Gegenwartskunst. In der Buchhandlung, deren Besitzer an einem Verlag beteiligt ist, verkehren prominente Vertreter der Avantgarde und das mit ihnen assoziierte rezipierende und vermittelnde Personal. Nach Abschluss der Lehre begibt sich Klemperer Mitte der 1980er Jahre in die Kunst-(Markt-)Metropole schlechthin. Nach dem Grund für den mehrmonatigen Aufenthalt in New York gefragt, vergleicht er ihn mit den Erfahrungs- und Bildungsreisen von Abiturienten. Der Lehrbetrieb vermittelt Klemperer Arbeit in einer Kunstbuchhandlung; daneben organisiert er zusammen mit anderen in einem kleinen Raum in Lower Manhattan Ausstellungen und wechselt dann zu einer noch jungen Galerie. Zurück in seiner Heimatstadt nimmt Klemperer kurzentschlossen das Angebot eines reputierten Galeristen an, als eine Art informeller Delegierter für junge Kunst (typischerweise die Domäne der Galerie-*directors*) das Ausstellungsprogramm einer Dependance zu organisieren, die dieser zunächst vergeblich seinem Sohn zur Verfügung gestellt hat. Die erste (Gruppen-)Ausstellung läuft unter einem Titel, dessen Wortspiel als ironischer Kommentar auf die Kunstproduktion der 1980er Jahre Aufmerksamkeit erzeugen soll. »Ich wollte ein bisschen auf die Tube drücken, um so zu sagen, ›Ich bin jetzt hier!‹«, so Klemperer. Nach einem Jahr – noch keine 25 Jahre alt – macht er sich selbstständig und zieht nach zwei Jahren an eine neue Adresse. Die Zeit nach dem Einbruch des Kunstmarktes überdauert Klemperer, der sich trotz seiner Berufslehre als in jungen Jahren geschäftlich ziemlich unbekümmert darstellt, indem er die Galerie vorerst in einem bescheideneren Rahmen weiterführt. Den Bankrott nach einer kostspieligen Ausstellung kann er allerdings nur mit Geld der Familie abwenden. Profil und Adresse der Galerie ändern sich wiederholt. In den frühen 1990er Jahren betreibt Klemperer (anfangs zusammen mit einer Partnerin) zusätzlich einen Laden für Editionen und Auflagenobjekte. Während rund zwei

Jahren assoziiert er sich (vermutlich wegen des Beinahe-Konkurses) mit dem Vater. Nach dessen Tod übernimmt Klemperer das Antiquariat und richtet die Galerie in den angrenzenden Räumen ein, um fortan zwei Rollen mit zwei a priori konträren Zuständigkeiten zu spielen: jene des Galeristen und jene des Buchhändlers, dessen Praxis sich sowohl auf das Neueste – Innovation – als auch auf das Alte – Tradition – bezieht. Nach rund zehn Jahren Geschäftstätigkeit stößt Klemperers Lebenspartner, ein Kunsthistoriker, zur Galerie und wird später auch geschäftlicher Partner. Nach zwanzig Jahren, während der Hochkonjunktur der Nullerjahre, bezieht die Galerie zusätzliche Räume und eröffnet zwei Jahre später in einer anderen Stadt eine Filiale. Schließlich entschließt sich Klemperer in den 2010er Jahren – nach fast drei Jahrzehnten im Metier – zu einem Standbein in den USA. Zum Zeitpunkt des Interviews (2007) beschäftigen Galerie und Antiquariat neben den beiden Partnern sieben weitere Personen auf rund sechs Vollzeitstellen; es sind unterdessen mit Sicherheit mehr. 2007 vertritt die Galerie 35 Künstler; davon sind ein knappes Viertel Amerikaner, der Rest Europäer, zum größten Teil deutscher Sprache; die Hälfte ist in den 1960er Jahren geboren (2018 umfasst die Liste auf der Homepage 46 Namen).

Spontane Anfänge

Trotz seines erklärtermaßen früh ausgebildeten Interesses für Kunst, deutet Roland Klemperer im Interview an keiner Stelle an, dass er einst hätte Künstler werden wollen (ein knappes Drittel der Interviewees des Samples, sieben von 23, gab diesen Wunsch an: Ida Haufler und Marie Feldmann, Typus Betriebsführung; Andrea Schelbert und Emmett Cole, Typus Wahlverwandtschaften; Stanley Lowell, Carrie Whitehead und Selma Sharrock, Typus *Curating*). Interesse für Kunst geht nicht notwendigerweise mit dem Bedürfnis einher, selbst welche zu schaffen. Es ist sogar wenig wahrscheinlich, dass Klemperer sich ernsthaft mit dem Gedanken befasste. Sollte er als Gymnasiast damit gespielt haben, hatte er sich mit dem Schulaustritt bereits dagegen entschieden. Zur Buchhändlerlehre entschließt er sich in genau dem Alter, in welchem eine künstlerische Ausbildung beginnen könnte. Zweimal, am Anfang und am Ende der Eingangssequenz, sagt Klemperer, er habe unbedingt bzw. immer »etwas mit Kunst zu tun haben« wollen. Er drückt damit eine Faszination für den Gegenstand und das Milieu, das ihn hervorbringt, und den Wunsch aus, auf irgendeine Weise daran zu partizipieren, weniger die Notwendigkeit, selbst etwas zu produzieren. »Etwas mit Kunst zu tun

zu haben« ist etwa im Vergleich zu »Kunst machen«, das unmissverständlich und konkret ist, denkbar unscharf.

Zusammen mit Andrea Schelbert, die ihrerseits ursprünglich den Wunsch hegte, Künstlerin zu werden, gehört Roland Klemperer zu den genialischeren der Galeristinnen und Galeristen des wahlverwandtschaftlichen Typus. Von Schelbert unterscheidet sich Klemperer aber dahingehend, dass zwar ebenfalls andere seine spezifische Begabung bzw. Eignung erkennen, er sich aber doch entschieden als mit der Kraft zur Tat (Schumpeter) ausgestattet darstellt, der soziales Kapital gezielt zu nutzen weiß, während Schelbert stark dazu tendiert, von sich das Bild der von anderen zu ihrer Aufgabe Berufenen zu zeichnen, die von diesen zu der Erkenntnis gedrängt werden muss, über eine besondere Gabe zu verfügen. Klemperer unterscheidet sich diesbezüglich markant von Rebecca Mayfield, bei der das Selbstcharismatische, geschweige denn Genialische kaum ausgeprägt sind, und gleicht eher Galeristen des Typus *Curating*. Den vorzeitigen, jedoch späten Schulaustritt etwa – eine gleichsam reichlich späte Erkenntnis – stellt Klemperer nicht als ein Scheitern bzw. als Folge schulischer Defizite dar, sondern als souveräne Bewältigung einer Krise bzw. Affirmation seiner Autonomie: »Damals bin ich von der Schule weggegangen, weil ich die Schule nicht mehr ertragen konnte, und dann habe ich eine Lehre gemacht.« Er verließ die Schule, gibt Klemperer zu verstehen, weil sie ihm nicht mehr passte, nicht zu ihm passte, seine Bedürfnisse nicht mehr befriedigte, kurzum: seine Entfaltung restringierte.

Für vergleichsweise wenig Selbstcharisma steht der Fall des wenige Jahre jüngeren Klaus Mahall. Dieser schließt das Gymnasium zwar ab und absolviert dann in einem Auktionshaus eine Lehre als Kunstantiquar; trotzdem thematisiert er seine Berufswahl im Lichte persönlicher Defizite und aufgegebener Pläne: »Ich wusste auch ehrlich gesagt nicht, was ich sonst machen will. Also ganz ehrlich, ich hatte Schwierigkeiten in der Schule. Es war schwierig. Studiert war, kam für mich nie infrage. Ich wollte etwas ganz anderes machen. Das hat sich dann aber nicht ergeben« (Interview Klaus Mahall, 2009).

Hat Roland Klemperer einmal herausgefunden, was er will, verwirklicht er seine Pläne zielstrebig, packt Gelegenheiten beim Schopf und scheut Risiken nicht – er sorgt dafür, dass ihn der Vater an den richtigen Lehrbetrieb vermittelt; seinen Einstieg in das Galeriewesen bewerkstelligt er, indem er ungefragt bei einer neueren New Yorker Adresse vorspricht, die er vorgängig als interessante Position identifiziert hat: »Weil ich da unbedingt arbei-

ten wollte, habe ich mich einfach vorgestellt. Da habe ich auch umsonst gearbeitet, habe ich zu Hause angerufen und gesagt, ›Ich brauche ein bisschen Geld.‹ Und dann hat sie [die Galeristin, M. G.] mir nachher Geld gegeben, weil ich ganz gut war – na, sagen wir mal, schon mal auf der ersten Messe in Chicago und solche Sachen.« Zu Selbstbescheidenheit neigt Klemperer nicht. Dass er Anerkennung findet, flicht er gerne beiläufig ein. Auch von seinem Lehrmeister erzählt Klemperer: »Und der war von mir auch irgendwie ganz begeistert und sagte, ›Geh doch einmal nach New York zum [Buchhändler, M. G.] Jaap Rietman. Und wenn du zurückkommst, kannst du immer bei uns anfangen.‹«

Dass Roland Klemperer nicht in den ehemaligen Lehrbetrieb zurückkehrt und stattdessen sehr jung Galerist wird, hängt mit dem früh erworbenen praktischen, feldspezifischen Wissen – dem *know-how* – und dem relevanten sozialen Kapital zusammen sowie damit, dass er (wie auch Vera Seiler oder Irina und Hans Bertschi) keine tertiäre Ausbildung absolviert. Die frühe berufliche Selbstständigkeit ist jedoch nicht minder auf seine Bereitschaft bzw. Fähigkeit zurückzuführen, sich rasch zu entscheiden und rasch zu handeln: »Ich kam gerade aus Amerika zurück. Und dann hat er [ein Galerist, M. G.] mich angesprochen, und dann hab ich gesagt, ›Gut, mache ich.‹ Und dann bin ich nach New York gefahren und kam dann mit der Ausstellung ›[…]‹ zurück, sozusagen.« Zeitdruck, Geschwindigkeit und Pragmatismus, mit der er seine Entscheidung umzusetzen hat, unterscheiden ihn ebenfalls von der Langsamkeit einer Rebecca Mayfield, die sich vorgängig eingehend überlegt, wie ihr Schauraum aussehen soll, was sie zeigen und wie sie ein diffuses Verhältnis zu den Künstlerinnen realisieren könnte. »Von der einen Sache zur anderen« sei er gekommen, sagt Klemperer, und habe »keine Idee von einem Programm« gehabt. »Ich habe zum Beispiel nicht überlegt, ›Ich will die und die Künstler ausstellen, und das bereite ich jetzt mal ein Jahr vor‹ – oder so. Sondern ich hatte 24 Stunden Zeit, Ja zu sagen, um die Filiale zu übernehmen, habe sie dann übernommen und musste dann gleich schnell irgendwie Ausstellungen machen und habe dann einfach angefangen, mit jungen Künstlern was zu machen.«

Obschon die Anfänge von Roland Klemperer als Galerist zum Teil in die Hochkonjunktur der 1980er Jahre fallen, d. h. in einen auch für eine junge Galerie ökonomisch günstigen Kontext, hat der – trotz der kurzen Lehrzeit gleichwohl – spontane Berufseinstieg naturgemäß zur Folge, dass eine ganze Weile noch kein Programm im Sinne einer Anzahl fester Arbeitsbündnisse entstehen kann (vereinzelt lassen sich deren Anfänge allerdings in diese Zeit

zurückdatieren). »Ich bin jetzt auch nicht so ein Arbeitstier«, sagt Klemperer zwar (und bezeichnet sich kurz darauf als eher faulen Menschen); mit der daran anschließenden Explikation entwirft er ein dichotomes Verhältnis zwischen »Arbeit« (d. h. Betriebsführung und Geschäft) einerseits und der »Auseinandersetzung« mit Kunst (»mit den Sachen«), dem eigentlichen Antrieb, andererseits – was aus Leidenschaft getan wird, so die implizite Unterstellung, ist nicht Arbeit: »Ich muss auch Zeit haben, mich mit den Sachen auseinanderzusetzen, weiterhin. Deswegen mache ich es.« Doch lässt die Chronologie kaum auf mangelndes Arbeitsethos schließen. Die Phase des Ausprobierens verlängert sich bzw. die Bildung verbindlicher Arbeitsbündnisse verzögert sich vermutlich nicht nur wegen der bald ökonomisch ungünstigen Bedingungen und der Übernahme des väterlichen Antiquariats in den frühen 1990er Jahren, sondern gerade auch wegen einer gewissen Umtriebigkeit und der inhaltlichen Kompromisslosigkeit Klemperers, die ihn fast das Geschäft kostet. Eher verkaufender Ausstellungsmacher als moderner Galerist – Klemperer vergleicht die frühe Phase des Betriebs, in der er auch Filmabende und Lesungen veranstaltete, mit einem kleinen Kunstverein – ist er in den ersten Jahren wahrscheinlich vor allem aus pekuniären Gründen.

Grundsätzlichere Überlegungen zur Ausrichtung des Galerieprogramms (eine »Idee von einem Programm«) stellt Roland Klemperer erst gut zehn Jahre nach der Eröffnung dialogisch mit dem zur Galerie gestoßenen Lebenspartner an. Doch stellt die »Idee«, die Klemperer skizziert, das Gegenteil einer programmatischen Fixierung dar. Er fände es falsch, sagt er, seine Arbeit »unter einem kuratorischen Gesichtspunkt irgendwie zu machen – dafür sind die Kuratoren da«.[303] Auf die Ausgangsidee für das Galerieprogramm angesprochen, verwenden die interviewten Galeristen kaum kunsthistorische Begriffe, um die gezeigten Positionen einzuordnen. Gleichwohl sträuben sich die wenigsten explizit gegen eine Etikettierung – und schon gar nicht in der Schärfe, mit der die zeitdiagnostisch besonders kritische Frances Avery (Kapitel 5.4.1) dies tut. Die Londoner Galeristin verurteilt solche Ordnungsbegriffe geradezu als intellektuell unredliche Operation: »I'm totally anti that kind of thing. I *never* liked the conversation where, you know, people that answer the question ›post-conceptual‹, for instance. It's a term that I think is inaccurate, anti-historical, means absolutely nothing. It just feels that there's so much language when people talk about art that's so stupid! It

303 Vgl. die einleitend zitierte Sequenz des Interviews mit Roland Klemperer.

feels to me that that kind of thing, of defining things, that kind of terminology, I can't do it« (Interview Frances Avery, 2010).

Ein Programm inhaltlich bzw. mit Attributen zu spezifizieren oder zu etikettieren, würde Roland Klemperer zufolge den einzelnen künstlerischen Praktiken nicht gerecht. Diese sind »so individuell«, weil das Programm bzw. die Arbeitsbündnisse auf einem diffusen Passungsverhältnis zwischen Galerist und Künstlern basieren müssen. Ein Künstler ist im Programm, ein Arbeitsbündnis dann möglich, wenn bzw. weil der Künstler zum Galeristen »passt«. Dann ist er auch »gut«. Anzeichen einer programmatischen Identität oder Stimmigkeit erblickt Klemperer denn auch sowohl in (mehr oder weniger verborgenen) Bezügen zwischen den gezeigten Positionen als auch in den – gleichsam vom Galeristen gestifteten und unter dessen wohlwollendem Blick sich entfaltenden – wahlverwandtschaftlichen Verhältnissen unter den vertretenen Künstlern, wovon viele sich gut verstünden und gegenseitig schätzten. Die Stimmigkeit des Programms, der Klemperer gewahr wird, als er nach zwanzig Jahren, zu Gast in einer New Yorker Galerie, im Rahmen einer Gruppenausstellung von jeder Position je ein Werk zeigt, deutet er demnach nicht als das Ergebnis eines vorab ausgedachten luziden Plans, sondern einer Art nichtintendierten, organischen Entwicklung: »Und das hat als Ausstellung wirklich irgendwie funktioniert. Also – und daran merken wir, dass wir da mit unserem Programm auch irgendwo richtig liegen.« Der im ersten Ausstellungstitel, der auf das Referenzielle von Gegenwartskunst anspielt, anklingende zeitdiagnostische Anspruch zeugt folglich nicht so sehr von einem »prophetischen« Sendungsbewusstsein. Vielmehr ist er Ausdruck davon, dass Klemperer erfasst hat, wie im Kunstfeld Positionen besetzt, durch Benennung markiert und vermarktet werden. Die Galerie mag in den ersten Jahren Züge eines kuratorischen Projekts gehabt haben. Doch gehen Klemperer der für Galeristen des Typus *Curating* typische programmatische Anspruch, der Anspruch auf zeitdiagnostischen Durchblick sowie das Selbstverständnis der (Ko-)Autorschaft ab. Hierfür sind ihm die individuellen Bedürfnisse der Künstler zu verpflichtend.

»Freundschaft«: die Bedürfnisse des Künstlers

Roland Klemperer geht davon aus, dass es ganz wesentlich seine personalisierte, differenziert auf den Künstler eingehende Berufspraxis ist, welche die Arbeitsbeziehung mit diesem begründet bzw. ausschlaggebend für deren Dauer ist. Mindestens zwei Künstlern (den vermutlich prominentesten und

womöglich nur diesen) ist eigens je ein Mitarbeiter von Klemperer zugeteilt, weil diese alleine »so viel Arbeit« verursachten; ein weiterer Delegierter kümmert sich speziell um zwei bis drei Künstler. Doch im Zweifelsfall bleibt Klemperer der Ansprechpartner: »Aber die [A.] würde immer nur mich sprechen wollen, wenn jetzt irgendwas ist oder so.« Dienstleistungen können noch so umfassend sein und die Konsekration womöglich beschleunigen. Ohne eine personalisierte Beziehung zwischen Galerist und Künstler stiften sie in den Augen von Klemperer keinen ausreichenden Grund für die Arbeitsbeziehung. Insofern kann er keine auf rationaler Verwaltung und weitgehender Delegierung des Arbeitsbündnisses basierende Organisation (»ein Apparat, der nachher nicht mehr überschaubar wird«) anstreben, wie sie Ida Haufler oder Marie Feldmann betreiben:

> Aber es ist natürlich so, die Künstler sind alle empfindlich. Also, wenn wir anfangen zu werden wie eine riesige Firma, wo wir nicht mehr persönlich mit den Künstlern sprechen, dann wird es unpersönlich, und dann sehen es die Künstler auch nicht mehr ein, eigentlich, bei uns auszustellen. Also Larry Gagosian hat, glaube ich, 120 Künstler oder was. Und – oder achtzig Künstler, ich weiß es nicht, und das – hab jetzt den [K.] nochmal getroffen. Ich sagte, ›[K.], wie ist denn der Larry so?‹ Und da sagte er, ›Weiß ich nicht, ich hab den nur einmal getroffen‹ (Interview Roland Klemperer, 2007).

Seine kontrafaktische Einschätzung des Bedürfnisses der Künstler falsifiziert Klemperer mit der Anekdote umgehend selbst; sie artikuliert folglich primär seine Motivlage und sein Selbstverständnis. Künstler können sich sehr wohl für logistisch umfassendere und ökonomisch lukrativere Arrangements und gleichzeitig weitgehend rollenförmige Beziehungen entscheiden. Zum Zeitpunkt der erwähnten Begegnung zwischen Klemperer und dem Künstler sind etwa zwei Jahre seit dessen erster Einzelausstellung bei der Galerie Gagosian verstrichen, die 2007 in New York, Beverly Hills und London an insgesamt sechs Adressen Ausstellungsräume hatte; 2018 sind es in den USA, Europa und China in neun Städten 16 Adressen.

»Es gibt natürlich einfach gewisse Menschen«, charakterisiert Roland Klemperer die Künstler, zu deren Fürsprecher er sich berufen fühlt, »die haben ne besondere Wahrnehmung, etwas zu illustrieren, sag' ich mal, in einer Art und Weise, was sehr ungewöhnlich ist, also, weil es auch die richtigen Themen sind, weil es dann inhaltlich und formal eben stimmt, weil es einfach eine echte künstlerische Position ist, und nicht eine, die mal eben am Wochenende ausgedacht wurde oder so, so ne gelebte echte künstlerische Position.« In Gang kommt ein Arbeitsbündnis mit einem sich solchermaßen

qualifizierenden Künstler als Verlängerung oder Fortführung eines zunächst intellektuellen Austauschs durch das Gespräch, in dem Galerist und Künstler sich aneinander herantastend Affinitäten bzw. Konvergenzen erkannt haben. Die Annäherung beginnt zwar als Dialog über Kunst bzw. Kunstgeschichte, Literatur und damit, dass Klemperer eine künstlerische Praxis auf ihre Originalität und Konsistenz hin ab- bzw. beklopft – eine Leistung, die viele Galeristen für sich in Anspruch nehmen würden. Doch mündet sie bei Klemperer (wie bei Rebecca Mayfield) in ein Verhältnis zwischen tendenziell ganzen Personen, die mehr als geistige Verwandtschaft bzw. ideellen Konsens verbindet: »Und dadurch entsteht irgendwie auch eine Freundschaft, ein Gespräch, und dadurch kriegt man natürlich nochmal was anderes heraus, und so entsteht eben das Galerieprogramm.« Indem Klemperer das Gespräch einerseits, das nicht der freundschaftlichen Verbundenheit der involvierten Subjekte bedarf und Distanz problemlos zulässt, und Freundschaft andererseits sinnlogisch unlogisch sozusagen überblendet, zeichnet er vom Arbeitsbündnis das Bild einer hochgradig diffusen Sozialbeziehung. Im Verständnis von Klemperer läuft der Dialog also auf eine Arbeitsbeziehung hinaus, die intimer und potenziell verletzender als jene ist, die Galeristen des beratenden Typus pflegen, für deren professionalisiertes Selbstverständnis das Gespräch (und Zuhören) ebenfalls zentral ist. Umgekehrt kommt die Ausdeutung bzw. Typisierung des Arbeitsbündnisses als diffuse (auf Liebe basierende) Sozialbeziehung, die mit den beiden sie konstituierenden Individuen steht und fällt, auch dann zum Zuge, wenn Klemperer sich der Ehe-Metapher bedient, um Gründe für dessen Beendigung zu benennen. Dafür, dass Künstler aus ökonomischen Gründen zu größeren Galerien wechseln, bringt er ein gewisses Verständnis auf. »Aber es gibt auch andere Sachen«, fährt er fort, »weil da verstehen sich einfach Künstler und Galerist nicht. Das ist eben so. Das ist wie eine Ehe. Also da gibt's keine Begründung. Dann liebt man sich am Anfang, und dann stellt sich heraus, nach einem Jahr oder noch länger oder kürzer, dass man sich dann doch nicht so gerne hat und dass man sehr sehr viele unterschiedliche Meinungen hat. Und dann geht's eben nicht mehr zusammen.«

Wie bei Rebecca Mayfield verbindet sich die diffuse Beziehung zwischen Galerist und Künstler auch bei Roland Klemperer mit dem Vorsatz, keinesfalls im Produktionsprozess einer künstlerischen Praxis zu intervenieren, um sie rascher vermitteln bzw. effizienter vermarkten zu können. Der Galerist hat ihre Unwägbarkeiten und den Eigensinn des Produzenten nicht nur hinzunehmen, sondern sich nach ihnen zu richten. Das im Verhältnis zur Zahl

des Galeriepersonals und zur Ausstellungsfläche ungewöhnlich große Programm – in der Regel ein Merkmal sehr großer Galerien und ein Indiz für die weitgehende Delegierung der Arbeitsbündnisse – erklärt Klemperer mit dem langsamen Produktionsrhythmus der Künstler: »Wir haben deswegen so viele, weil die alle so wenig machen. [K.] zum Beispiel, ja? [K.] macht irgendwie fünf oder sechs Bilder im Jahr und hat aber drei Galerien. Also das ist einfach – bis man da mal eine Ausstellung hat, da muss man einfach mehr haben, ja?« Kurz darauf ergänzt er: »Ein paar sind verstorben, ein paar sind *sehr* schwierig und ein paar arbeiten *so* langsam, dass wir ein bisschen mehr Künstler brauchen als andere.« In dieser ökonomisch kurzfristig weniger effizienten, sich an die unterschiedlichsten, eigenwilligen künstlerischen Praktiken anschmiegenden Funktions- und Arbeitsweise – »Wir haben viel mit Kunst zu tun, und weniger mit diesem ganzen System«, so Klemperer – sieht er eine Eigentümlichkeit seiner Position bzw. der von ihm gezeigten Positionen im Feld; einen »Ansatz«, den er nicht nur für »spannender« und »seriöser«, sondern auch für »ehrlicher« hält.

> Wir haben es aber auch mit vielen Künstlern zu tun, die eben auch nicht so funktionieren, wie das gerne der Markt oder das System gerne hätte, ja? Wir haben jetzt zum Beispiel eine [B.], die jetzt erst mal eine halbe Stunde in eine Trompe-l'œil-Schule geht, weil sie das lieber machen will, statt irgendwelche Ausstellungen in New York oder, was weiß ich, in Japan irgendwo zu machen, wo sie eingeladen wurde. Oder da gibt es auch schon mal Künstler, die auch mal alle Sachen wieder absagen oder verschieben oder so, weil das denen dann zu viel ist oder sie lieber an was anderes arbeiten wollen (Interview Roland Klemperer, 2007).

Die Bedürfnisse der Künstler sind für Klemperer so verbindlich, dass sie auch die räumliche Positionierung der Galerie im Feld – d. h. die Wahl des Standorts der Ausstellungsräume – beeinflussen können. Schneller als er dies im Interview (direkt darauf angesprochen) erwägen mag, wird er einen Schauraum in einer weiteren Stadt eröffnen: »Na ja, irgendwann wollen die Künstler es vielleicht doch, und dann müssen wir es machen. Ich sage mal nicht mehr Nein.« Gleichzeitig verlangt eine solche räumliche Expansion – erst recht das Standbein in New York, das rund zehn Jahre später folgt – gerade eine partielle Delegierung und insofern auch Versachlichung des Arbeitsbündnisses: einen kleinen »Apparat«, zu dem sich Rebecca Mayfield in London nach wie vor nicht entschlossen hat. Unter den acht Galeristen des wahlverwandtschaftlichen Typus betreiben neben Klemperer unterdessen noch die New Yorker Sylvia Newman und Emmett Cole in mehr als einer Stadt Schauräume. Von der nur wenig älteren Mayfield unterscheidet

Klemperer auch die größere generationelle Streuung des Programms: Von den 35 Künstlern (2007) sind neun in den 1970er Jahren geboren und fünf davon mindestens zehn Jahre jünger als er.

5.2.3 Produzentengalerie

> I'm not only an art dealer. I also write, and I make art. And I work with different art collectives (Interview Emmett Cole, 2010).

Intrinsische Motivierung

Emmett Cole ist das zweite von drei Kindern eines Architekten, dessen Vater High-School-Lehrer war. Coles Mutter, die Tochter eines Ingenieurs, leistet freischaffend Öffentlichkeitsarbeit für Theatertruppen. Die in der Großen Depression geborenen Eltern stammen aus Neuengland, Cole wächst jedoch in einer Großstadt des Mittleren Westens auf, wo sein Vater nach dem Studium bei einem führenden amerikanischen Architekturbüro eine Stelle erhalten hat. Statt seine Laufbahn betriebsintern fortzusetzen, wird er sich später selbstständig machen und an die Ostküste zurückkehren. Die beiden älteren Kinder verfolgen die unternehmerische Fährte der Eltern weiter, wobei Coles Schwester nach dem Besuch eines Liberal-Arts-College als selbstständige Innendekorateurin ebenfalls einen (allerdings eindeutig weiblich konnotierten) anwendungsorientierten gestaltenden Beruf wählt. Sein jüngerer Bruder, ein Betriebsökonom, arbeitet in der pharmazeutischen Industrie im Marketingbereich. Cole, in den 1960er Jahren zur Welt gekommen, wird in einem Elternhaus sozialisiert, das einerseits ausgesprochen bildungsnah und -affin ist und in dem andererseits die Künste nicht ausschließlich ein Bildungsgut oder Objekte ästhetischer Erfahrung darstellen, sondern Gegenstand von Vermittlung oder, im Fall des Gestaltens von Bauwerken, integraler Bestandteil der Berufspraxis sind. Die Distanz zum Feld der bildenden Kunst ist – etwa im Vergleich zum kleinbürgerlichen, gewerblichen Herkunftsmilieu Ida Hauflers oder Vera Seilers – relativ gering, der Zugang zu demselben in der Herkunftskonstellation von Cole als denkbare Option angelegt. Die Mutter ist eine (nach außen orientierte) Vermittlerin, der Vater ein Gestalter, der stets auch pragmatisch die konkrete Umsetzung bzw. Herstellung dessen, was er sich ausdenkt, im Blick behalten muss.

Die Berufspraxis beider Eltern setzt wie jene des Galeristen ein Bewusstsein und ein Verständnis für die gesellschaftlichen und ökonomischen Voraussetzungen künstlerischer und gestaltender Praxis voraus – die Existenz einer Theatertruppe hängt vom Publikumserfolg ab; architektonische Praxis muss, soll sie gelingen bzw. ihre Funktion erfüllen, zunächst eine Vielfalt gesellschaftlicher, ökonomischer und ökologischer Daten interpretieren, bevor sie zur einer funktionalen und ästhetisch ansprechenden Lösung gelangen kann. Wie die künstlerische Praxis zeichnet sich Architektur zudem durch ein historisches Bewusstsein und einen Gegenwarts- bzw. Zukunftsbezug – einen Fortschrittsglauben – aus. Technologische Innovation (z. B. in den Bereichen der Informatik oder der Baumaterialien) hat in der Architektur immer wieder neue Gestaltungen ermöglicht oder überhaupt erst denkbar gemacht. Solches trifft gerade auf die Firma zu, bei der Coles Vater angestellt ist, deren Reputation nicht zuletzt auf der Realisierung ikonischer Bauwerke der modernen Architektur gründet, die auf wegweisenden ingenieurialen Innovationen basieren. Schließlich weisen auch das berufliche Handeln des Architekten und des Galeristen Ähnlichkeiten auf.[304] Beide erfordern Arbeitsbündnisse mit einem Klienten, in deren Rahmen in die Autonomie des Klienten eingegriffen wird, indem unter Anwendung von Fachwissen fallspezifisch stellvertretend eine Praxis gedeutet und schließlich eine Krise bewältigt wird (mit dem Entwurf eines die Lebenspraxis des jeweiligen Bauherrn repräsentierenden, funktionalen und ästhetisch gelungenen Bauwerks bzw. durch die Sichtbarmachung und Vermittlung einer künstlerischen Praxis).

Emmett Cole belegt an einem College der *Ivy League* den Schwerpunkt Komparatistik und entscheidet sich damit für das Gegenteil einer anwendungsorientierten Materie. Seine Studienwahl drückt intellektuelle Neugierde und einen breiten Interessenshorizont aus, Freude am Denken in abstrakten Kategorien und eine Neigung zur zweckfreien Auseinandersetzung mit den Dingen. Durch seine Beschäftigung mit der Semiotik gerät er in das Umfeld einer Zeitschrift, die eine wichtige Rolle für die Bekanntmachung französischer Theoretiker und Philosophen in den USA spielte und an welcher er mitarbeitet. Nach Erwerb des Bachelors vergehen rund zwei Jahre, bis Cole sein Studium an einer anderen *Ivy-League*-Universität auf der Masterstufe fortsetzt. Wahrscheinlich fällt in diese Zeit, als er Mitte zwanzig ist, seine Heirat; die inzwischen geschiedene Ehe hält vermutlich nur wenige Jahre. Der neue Studienort und das Studienfach Filmproduktion verraten,

304 Vgl. Schmidtke 2006: 66–70, 414–418, 429–433.

dass sich Cole vorgängig intensiv mit einem neuen Gegenstand auseinandergesetzt hat. Er möchte Filmemacher werden. »I got into film through theory. When I was studying literature I became interested in the ways that literature intersected with cinema and also a lot of the current theories of spectacle and the cultural production at the time.« Sind bei der Wahl eines privaten Colleges in den USA die finanziellen Ressourcen der Eltern wichtig, so erfolgt die Zulassung zu einem Masterstudium nach dem Leistungsprinzip. Cole muss sich für den Studienplatz qualifizieren und mit einem Portfolio bewerben. Mit der Hinwendung vom wissenschaftlichen Feld (bzw. jenem von Literatur und Philosophie) zum Feld der Kulturindustrie – und potenziell der Kunst – wechselt er gleichzeitig von der vernehmlich reflektierenden zur produzierenden Praxis, streift sich zusätzlich zum Mantel des analysierenden und theoretisierenden Betrachters jenen des Produzenten über. Er beschäftigt sich nicht in erster Linie analytisch bzw. filmwissenschaftlich mit dem Medium und seiner Geschichte, sondern eignet sich anwendbares praktisches (technisches, ökonomisches, gestalterisches) Wissen zum konkreten, ganzen Herstellungsprozess an.

Während mehrerer Jahre tut Emmett Cole daraufhin beruflich das, worauf ihn das Studium vorbereitet hat. Er arbeitet freischaffend in subalternen Chargen der Werbefilm- und Fernsehindustrie, dreht jedoch auch Musikclips und Kurzfilme, mit denen (strukturell) stets a priori auch ein autonomer, künstlerischer Anspruch verbunden ist. Seine Zeit als Filmemacher entspricht einer Phase der – für das Kunstfeld typischen – informellen Sekundärsozialisation, die ihm den Zugang zum Kunstfeld eröffnet. »My involvement with the art world happened slowly and kind of socially, through friends«, sagt Cole, der sich mit Mitte dreißig einem multidisziplinären Künstlerkollektiv anschließt. Gleichwohl ist für seinen Werdegang nicht eine Selbstprojektion in Bezug auf eine bestimmte soziale Rolle oder ein bestimmtes, faszinierendes »Umfeld« (Ida Haufler, Kapitel 5.1.1) ausschlaggebend; vielmehr scheint er im Zeichen eines spielerischen, forschend-interaktiven Regimes zu stehen, zu dem sich ein Bedürfnis gesellt, dem Ergebnis der (konzeptuellen) Arbeit eine konkrete, verbindliche und damit kommunizierbare Gestalt zu geben. Die Arbeit in einer Gruppe, »kollektive Praktiken« (Cole), entwickelt sich zu einer Konstanten seiner beruflichen und künstlerischen Praxis.

Die Eröffnung der Galerie wenige Jahre später stellt Emmett Cole als pragmatische Lösung einer lebenspraktischen Krise dar. Seine Lebenspartnerin droht nach dem Abschluss einer Kunsthochschule die Aufenthaltsbe-

willigung in den USA zu verlieren. Daher soll die Galerie eine kommerzielle Aktivität fingieren und vordergründig behördliche Auflagen erfüllen:

So, we came up with the idea of starting a gallery as a kind of a business on paper, a fiction, just to present to the immigration services. So, part of the requirements for that application were that she rent a commercial space in New York. So, what we did is we rented a space, a small space on [S.] Street. And that was the gallery. So, it started with a space and this visa problem. And probably for the first year, we weren't really open to the public. It was just kind of a space that we used for our own purposes. We would do very small shows and invite friends. But it really wasn't like a normal business gallery. It's more like a kind of a front for other things (Interview Emmett Cole, 2010).

Der zunächst namen- und schaufensterlose Raum tarnt anfangs ein Atelier und halböffentliche Aktivitäten – »underground endeavors«, so ein New Yorker Lifestyle- und Kunstmagazin, das 2009 rückblickend schrieb, Cole und seine Partnerin hätten eigentlich einen Club für ihren Freundeskreis betrieben, in welchem sie Musik- und Tanzperformances, Ausstellungen und Parties veranstalteten. Der Name der Galerie, die insgesamt fünf Personen (davon zwei Praktikanten) beschäftigt und überwiegend europäische und amerikanische Künstler zeigt (2010 sind es 17, 2018 deren 30), verweist auf ein weiteres Kollektiv, dem Cole und seine Freundin angehören und das inzwischen ebenfalls von einer Galerie vertreten wird. Die Räumlichkeiten dienen unverändert einem doppelten Zweck – sie sind alternierend Arbeits- und Schauraum. »What happens is, we run the space as a gallery, but then we'll take breaks between the exhibitions, and the gallery becomes a studio. So we use the space to make our work.« Zur Galeristen- und Künstlerrolle kommen in den Anfangszeiten der Galerie bald noch die des freien Kritikers für etablierte Kunstzeitschriften und Publizisten sowie die Betreuung von Kunststudierenden hinzu. Cole sieht sich zur Hälfte als Galerist und zur Hälfte als »artist slash writer«.

Reflexion und »collective practices«

Die Galerie geht aus einer Krisenkonstellation hervor. Sie entsteht allerdings nicht als produktive Reaktion auf das Scheitern einer künstlerischen Praxis (wie im Fall von Ida Haufler oder Marie Feldmann), sondern aus der fantasievollen Instrumentalisierung heteronomer Zwänge und dient der nahtlosen und uneingeschränkten Fortsetzung – ja Intensivierung – eben dieser Praxis. Jedoch tritt sie als nach außen sichtbare Institution erst in dem

Moment in Erscheinung, als der Raum durch seine ausgiebige Nutzung für vergemeinschaftende Projekte bereits eine Position im Subfeld der eingeschränkten Produktion (Bourdieu) erobert hat. Als Vorbild und großen Einfluss nennt Cole eine – nicht mehr existierende – von der *New York Times* als Laboratorium, Treff und Zufluchtsort bezeichnete Galerie (G.) in SoHo, mit der er als Mitglied eines Kollektivs verbunden war. Diese war wiederum mit dem auf die späten 1960er Jahre zurückgehenden Ansatz der Institutionskritik assoziiert, deren Programmatik – die Reflexion der gesellschaftlichen Funktion künstlerischer Praxis und ihrer Beziehung zu den feldeigenen Institutionen, aber auch zu den Feldern der Macht und der Wirtschaft – den analytischen Neigungen Coles entgegenkommt.[305] Der Zugang von Cole zum Kunstfeld ist folglich an zwei Bedingungen geknüpft: an die Möglichkeiten einer reflexiven und einer kollektiven Praxis. »I guess, I was mainly attracted to the milieu of art and […] the social system of art. […] [G.] gallery had a real – a kind of active social scene around it. It wasn't just the Institutional Critique. Institutional Critique was kind of put into contact with other kinds of art and other people at [G.] gallery, which is probably why it was so interesting.«

Bei aller Freude an der zeitdiagnostischen Reflexion geht es Emmett Cole auch um Gestaltungsspielraum und darum, seine Ideen rasch umzusetzen. Der Reiz kollektiver Praktiken stößt an Grenzen, wenn sie so schwerfällig, straff und hierarchisch organisiert sind, wie er die Filmindustrie erlebt hat. »And I guess, I was attracted to the immediacy of the art world, how easy it was to make things happen, to make projects happen. I also like the collaborative aspects of it.« Das Feld der Kunst stellt sich für Cole nicht als ein Milieu dar, zu dem er gehören möchte, bevor er weiß, welche Rolle er darin übernehmen könnte, sondern es repräsentiert den Ort, der ihm den Spielraum bietet, um sich jenen Dingen zu widmen, die er von sich aus tut – den Ort, der zu ihm passt. Es ist deshalb stringent, wenn Cole im Galeriebetrieb, der als Extension einer künstlerischen Praxis entstand, keinen Zweck an sich sieht, sondern seine Fortsetzung davon abhängig macht, ob er seine Funktion – als Schauraum für geschätzte Künstler oder als Bestandteil der eigenen Praxis – noch erfüllt. »We never could see the future here. We don't really have a business plan.« Eine Galerie fernab von Chelsea sei deshalb interessant, so Cole, weil aufgrund der geringeren Miete mehr experimentiert werden könne und nicht ständig ver-

305 Vgl. Alberro 2009; Graw 2005.

kauft werden müsse. Der Betrieb behält auf diese Weise auch nach mehreren Jahren einen Ad-hoc-Charakter.

Dem ökonomischen Druck begegnen Emmett Cole und seine Partner pragmatisch mit Konzessionen an das Geschäft, indem sie immer wieder Künstler zeigen, die handliche Objekte herstellen, welche sich leichter verkaufen als raumgreifende Installationen oder Konzeptkunst ohne physisches Objekt. »But even when there is a lot of money around«, sagt Cole, »we would do a show that would sell. And then we would do two shows afterwards that we knew would never sell, that were very interesting for us. There's always this kind of balance of kind of commercial thinking with a kind of a more non-commercial thinking.« Die Institutionalisierung (Internetseite, Programm, verbindliche Termine usw.), die die Galerie erfährt, basiert also eher auf der Verstetigung des Ad-hoc-Modus als auf einer geschäftlichen Strategie, welche die Subsistenz des Schauraums langfristig gewährleisten soll (dies sollte sich einige Jahre nach dem Interview ändern; die Galerie hat unterdessen einen *director* angestellt und wenig später an einem zweiten Standort in den USA in Partnerschaft mit einer anderen, ebenfalls auswärtigen Galerie einen zweiten Schauraum eröffnet). Er habe nie gedacht, die Galerie würde so lange existieren, erzählt Cole. »And, you know, every month we sit here at this table and ask ourselves if we should close. And there are a lot of reasons, good reasons, for us to close, but – and every time we talk about it there's another artist, whom we love, who has a great idea for a show, and another show. So it's always about the shows. There's always a reason to do these shows.« Hinzu kommt, dass die Galerie losgelöst von der eigenen künstlerischen Praxis nicht denkbar ist: »A lot of the art we make is about the business of this gallery. So, both things kind of sustain each other. It's never just the gallery, it's also the artist. […] So, if we stop the gallery, I'm not sure if the artist would still make sense in the same way.«

Multiple Identitäten

Bildungsgeschichte, reflexiver Habitus, Feldzugang und künstlerische Praxis schlagen sich deutlich im beruflichen Selbstverständnis von Emmett Cole nieder, das zunächst einmal darin besteht, sich nicht auf herkömmliche Funktionen festlegen zu lassen. »I try not to define myself in terms of professional roles. My project is really based on crossing between these different art world functions and questioning their specificity and the divisions of labor that kind of make the art world happen. […] I would never identify

with the position of art critic or art dealer or artist.« Cole, der sich nicht vorstellen kann, dereinst unter seinem eigenen Namen künstlerisch tätig zu sein (er tut dies unterdessen), beansprucht für sich eine Art Meta-Perspektive, den analytischen, (kritisch) befragenden Blick des Forschers – eine Freiheit, die letztlich nur in einem genuin künstlerischen Selbstverständnis begründet sein kann. Die Position, die seine Galerie aufgrund ihres hybriden Profils im Feld einnimmt, hat paradoxerweise zur Folge, dass das Problem der Rekrutierung bzw. des Entdeckens sich für Cole als solches gar nicht stellt. Das Verständnis der Galerie als einer Gemeinschaft Gleichgesinnter führt dazu, dass das bei Künstlern wirksame Tabu, wonach nicht aktiv um Aufmerksamkeit geworben wird, auch das Handeln des Galeristen kontaminiert. Arbeitsbündnisse können nur »organisch« aufgrund von Wahlverwandtschaften entstehen.

All of the artists we show are friends. We knew them before we opened the gallery, or else we met them in the gallery, they're friends of friends. We've never gone out looking for artists that weren't somehow connected to what we were doing. It's more organic than that. We opened a space, and the people we knew were collaborating with us, re-thinking what a gallery can be in New York. So, yeah, there's a very organic aspect to the gallery in terms of, I mean, ›scene‹ is one word to describe this kind of social coherence behind the gallery (Interview Emmett Cole, 2010).

Die Galerie beginnt als Versuchsanlage, in der Kunstproduktion und -vermittlung zusammengeführt werden und zugleich das Metier des Galeristen ausprobiert wird. »I mean, part of the experiment was just figuring out how to make it work. In the beginning, we did shows that would last for one day or one week.« Um die Rezeption anzustoßen, stellt Cole bald fest, müssen Ausstellungen eine gewisse Dauer haben. »But in the beginning, we didn't really understand these very basic things. So, we would just exhibit things as long as we were interested in them […]. We also used fiction a lot. We would invent artists and do kind of fake art shows or shows that looked like art shows, but were really about something else.«

Das Spiel mit Identitäten und die Unterwanderung hergebrachter Konzepte von Autorschaft will Emmett Cole jedoch nicht als alternatives, autarkes Biotop oder selbstgewähltes Exil in Bezug auf die Machtstrukturen und Bewertungsmechanismen des Kunstfeldes verstanden wissen, wie er dies in den *artist-run spaces* verkörpert sieht, die er als marginale und letztlich irrelevante Erscheinungen einstuft. Es geht ihm durchaus darum, in der realen Ökonomie zu intervenieren. »I think, there's something a little bit limiting about artist-run space as a term, because it seems to imply that it's a zone

outside of commercial interests, somehow free of that. And we've never really thought that that was possible in New York. […] I think, anything that has meaning here somehow has to be, has to function in terms of commerce. […] We like to go to art fairs and actually compete on the same level as normal commercial galleries.« Den von Künstlern betriebenen Schauräumen ohne kommerzielle Ambitionen stellt Cole ein subversives Sendungsbewusstsein entgegen. Statt sich abgeschottet der eingeschränkten Produktion (Bourdieu) zu widmen, sollen die Machtstrukturen des Feldes direkt konfrontiert und die etablierten Positionen auf ihrem Terrain herausgefordert werden. »But our idea was always to kind of show up in a more visible way, somehow, in Manhattan and to somehow work on a kind of dynamic between, [you know], showing up and then kind of disappearing or retreating or creating fictional facades for what we're doing, to somehow play on this visibility factor rather than be a kind of artist-run space that's just off the radar and more self-involved.«

Seine künstlerische – forschende und spielerische – Disposition erklärt denn auch, weshalb an einer Messe teilzunehmen für Emmett Cole einen Reiz birgt, der den meisten seiner Kollegen fremd sein dürfte. »Well, one of the exiting things about it is that in New York we're […] completely separate from Chelsea, spatially, but in Basel, or in any art fair, you're literally on the same supermarket shelf as the Chelsea galleries.« Die Dispositionen eines Forschers im Feld erlauben Cole auch, die Kunstmesse flanierend durch die Linse eines unbeteiligten Beobachters zu betrachten und Symptome der Kommodifizierung (die Häufung von Werken gefragter Künstler, den in der Institution angelegten Saturierungseffekt) als interessante Erscheinungen wahrzunehmen, die ihm Auskunft über die Funktionsweise des Kunstmarktes geben. »I don't think an art fair is an ideal way to show art or to see art. It's actually pretty terrible. But I'm interested in that. I like to walk through an art fair and see how some artwork survives the context and some doesn't.« Ein kritisches künstlerisches Vorhaben, das Relevanz beansprucht, muss sich Cole zufolge mit den realen Machtverhältnissen auseinandersetzen, indem es auch territorial in das Zentrum des Feldes dringt und dort sichtbar Position bezieht.

I think, for a space, […] it needs a certain kind of coherence in order for it to be kind of vital and interesting. It can't just be one person's project, it involves a lot of people, and it has to engage the world somehow, the city somehow, *I* think. I mean, *I* find it interesting when a context engages real economies […]. Social interaction is important and exchange of ideas, but always in relation to dominant ideas and dom-

inant economies. Somehow the proximity seems important to me, the proximity of a space like ours to Friedrich Petzel, for example, in Chelsea. It's not two different worlds. It's one world moving up to another world and sort of creating a tension (Interview Emmett Cole, 2010).

Die Auseinandersetzung mit dominanten Mustern manifestiert sich auch im Widerständigen, das dem Selbstverständnis von Cole eignet, wenn er das Fortbestehen der Galerie im Kontext der Rezession als Gegenmodell zu gängigen geschäftlichen Verlaufsmustern – feldspezifischen Gesetzmäßigkeiten des beruflichen Scheiterns, sozusagen – thematisiert. »The predictable story is that a small fragile gallery like ours shouldn't survive the economic recession. So, we didn't wanna end things in a recession moment. It just seemed like such a sad story, the end of the economy would spell the end of [Galerie, M. G.]. So, I think right now, somehow, it's kind of about resisting that narrative too.« Das Oszillieren zwischen den Funktionen des Produzenten und des kommerziellen Vermittlers bewirkt eine reflexive Distanz zur Galerie als Geschäft. Dem Blick von Cole auf die Feldakteure und seiner Deutung der Interaktionen als (inszenierte) *performances* eignet etwas Ethnografisches. Die Teilnahme an einer Messe vermittelt ihm spannende Einsichten in die Praktiken einer Population – sozusagen in der freien Wildbahn –, die ihm sonst verborgen blieben.

And it was very exciting because it allowed us to kind of perform this role of the art dealer on an international level, and, in a way, that made the other galleries nervous because we were actually competing with them. It was also exiting just because it was the first time we'd actually seen art dealers working. One of the things I really like about art fairs is that anthropologically speaking, I mean, you just get to see all the dealers together in one space, performing their roles, and it's really the only time you get to see that because in the normal business day in New York the art dealers stay very separated from each other. […] At an art fair, you see ten dealers standing together, drinking and doing their thing. We'd never seen that before. I guess, in Basel's where we really learned what art dealers look like and how they talk, how they dress (Interview Emmett Cole, 2010).

Auch diese Sicht eines teilnehmend beobachtenden Ethnografen im Feld hat subversive Züge, da Cole die Berufspraxis von Galeristen mit Verhaltens- und Erscheinungsweisen in Verbindung bringt und das Kunstwerk – von dem die Reputation einer Galerie der »illusio« zufolge letztlich abhängt – erst einmal ausblendet.

Die Galerie als bloß eine von zwei oder mehreren Praktiken, als integraler Bestandteil bzw. Diversifizierung künstlerischer Praxis und das auf

Affinitäten gründende Programm verhindern eine geschäftliche Expansion – und eine Transformation vom *gatekeeper* in einen Typus mit mehr ökonomischem und symbolischem Kapital. Hierzu bedürfte es einer umfangreicheren Infrastruktur, zusätzlichen Personals und nicht zuletzt der systematischen Rekrutierung neuer Künstler über die eigene Generationseinheit, wenn nicht -lagerung hinaus. Emmett Cole unterscheidet zwischen dem »Ruf«, dem symbolischen Kapital, das er nicht zuletzt auch in Europa akkumuliert hat, und dem »Geschäft«, das wegen der eigenen künstlerischen Praxis ein Stück weit vernachlässigt werden muss und mit der Reputation nicht Schritt hält. »We've grown in terms of reputation«, sagt er. In London, Paris oder Berlin sei die Galerie nun ein Begriff. »But in other ways haven't grown at all. We've never really tried to expand as a business. […] It's always been in *our* interest to keep it manageable and somewhat modest in terms of scale.« Diese hinsichtlich der Allokation von symbolischem und ökonomischem Kapital widersprüchliche Positionierung macht den *gatekeeper* strukturell zum Opfer des eigenen Erfolgs. Sie hat zur Folge, dass Künstler, denen es mithilfe der Galerie gelungen ist, eine Validierungs- und Konsekrationsdynamik zu erzeugen, trotz Wahlverwandtschaften die Betreuung durch eine andere Galerie suchen, die umfassende Dienstleistungen bietet und im besten Fall mehr Konsekrationsmacht hat. »It was a little bit frustrating for us«, erzählt Cole, »because almost as soon as we opened our doors to the public, the Chelsea dealers were coming down to see what was happening and then walking away with ideas, but also artists that we showed.« Dabei kann es zu recht ungewöhnlichen Arrangements kommen, wie einer Doppelvertretung in New York. Üblicher scheinen Kompensationen – eine Art Ablöse- bzw. Transfersumme – zu sein, die Coles Galerie für die Sichtbarmachung der Künstler entschädigen sollen. Im Fall eines Künstlerkollektivs leistete sie allerdings weit mehr als reine Vermittlungsarbeit: »I knew them before they were artists. They came from a completely different context. We helped them become an artist. They were actually modeling their practice a lot on ours, you know, this collective thing, a fictional name, all these kinds of strategies.« Die Galerie fungierte demnach als eigentliche künstlerische Bildungswerkstatt und als Agentur, die dem Künstler nicht nur jenseits des Atlantiks zu Galerievertretungen verhalf, sondern ihn auch dabei unterstützte, nach sechs Jahren der Zusammenarbeit bei der lokalen Konkurrenz jene Galerie zu finden, die über ausreichende logistische und finanzielle Ressourcen für einen Künstler mit einem großen Produktionsvolumen verfügt.

Trotz seiner im Kunstmarkt eher marginalen Position und ökonomisch eher prekären Situation fühlt sich Emmett Cole dem einzelnen Kunstwerk bzw. dessen Verbleib dennoch verpflichtet. Er ist diesbezüglich weder fatalistisch – was in Anbetracht seiner Machtlosigkeit vis-à-vis von Künstlern, die das Arbeitsbündnis auflösen, naheläge – noch scheint er opportunistisch den Verkauf um jeden Preis anzustreben. »An art dealer is supposed to know who the collectors are and what's happening to the art after it's bought. […] We try to find collectors that will keep what we sell them and, hopefully, give it to a museum in the future. […] To keep a coherent collection is a really important thing, and also to have public access to the art in the future.« Die Verpflichtung gegenüber dem Kunstwerk entspricht bei Cole einer Orientierung an ästhetischer Stimmigkeit und am Gemeinwohl. Es geht ihm weniger darum, das Kunstwerk in einer möglichst namhaften Sammlung unterzubringen und den Ruf von Künstler und Galerie zu stärken (er nennt keine Institutionen). Vielmehr soll die (private) Sammlung, in der es unterkommt, zunächst einmal für sich genommen wie ein gelungenes Kunstwerk Kriterien der internen Stimmigkeit erfüllen, bevor das Werk wieder – diesmal dauerhaft – öffentlich zugänglich gemacht werden soll.

Entgrenzung und Forschung

Eine künstlerische und berufliche Praxis, die sich weitgehend in der Gruppe vollzieht, hergebrachte Rollen kumuliert, im Feld der Kunst interveniert und dieses zugleich als Untersuchungsgegenstand oder Rohstoff nutzt, muss mit einem Verständnis von Kunst zusammenfallen, in dem sich einerseits die Autor- oder Urheberschaft nicht mehr einem einzelnen schöpferischen Individuum zuschreiben lässt und andererseits das Werk nicht mehr unbedingt auf ein konkretes physisches Objekt reduzierbar ist. »It's a way of actually working across professional boundaries«, sagt Emmett Cole von der Arbeit im Kollektiv. »I guess, these days the art world is so much about communication, that it's almost inevitable that the practice of art becomes dispersed and distributed across communications networks. It's no longer so much about this solo individual genius in the studio creating distinct objects to be represented in a distinct space.« Dass er eine solche Praxis als auf der Höhe der Zeit – und insofern als besonders legitim – betrachtet, artikuliert Cole indirekt da, wo er erzählt, wie das erwähnte, von seiner Galerie aufgebaute Künstlerkollektiv bei einer anderen Galerie eine ökonomisch lukrativere Laufbahn einschlägt, die er für konventionell und konformistisch hält: »But

what I wasn't expecting was, that they would really want to go this kind of conservative rout of being, you know, an ambitious commercial artist, showing as much as possible and making, you know, giant works like this.«

Obwohl Cole den Warencharakter von Kunst in seine Berufspraxis integriert, kategorisiert er Kunst dennoch dichotom entlang ihrer mehr oder weniger großen Eignung zum kommodifizierbaren Produkt. Er unterscheidet zwischen kommerziell leicht verwertbarer, zu Distinktionszwecken instrumentalisierbarer und im Extremfall durch ihre schiere Größe überwältigender Kunst auf der einen und abstrakteren, flüchtigeren und im eigentlichen Sinn innovativen (»alternativen«) Formen auf der anderen Seite. »Most of the collectors that support us – it's a different kind of collector. They're not trying to fill palazzos with giant Damien Hirst and Murakami works. They're more interested in critical art, conceptual art, art that's kind of proposing alternative models of production and exhibition. […] It's smaller, it's more ephemeral, it's more discursive, what we do.« Indessen kann Cole, der seine Kunst für wenig geeignet hält, Bedürfnisse nach sozialer Distinktion der ostentativeren Sorte zu befriedigen, doch keinen prinzipiellen Unterschied zwischen Museumssammlungen und solchen von finanzkräftigen Privatpersonen erkennen. »You can't really make a clear distinction between a big private collection and a museum collection in terms of the kinds of art they're looking for.«

Emmett Cole zufolge dominiert unverändert Kunst das Feld, die sich leicht warenförmig vermitteln lässt. Die von ihm gepflegte konzeptuelle, dem Anspruch nach kritische Praxis sieht er dabei jedoch auch als Nutznießerin des Aufschwungs am Kunstmarkt, also des Erfolgs jener konventionelleren Kunst, die er inhaltlich für weniger relevant hält. Konzeptuelle Praktiken, aus denen nicht unbedingt physische Objekte resultieren, haben Cole zufolge dann eine Chance auf Inklusion in das Zentrum des Feldes, wenn insgesamt besonders viel Geld für Gegenwartskunst ausgegeben wird. »When the economy was booming a few years ago, it somehow provoked a lot of practices that could kind of parasite off the Chelsea money situation. It was somehow very easy to kind of remain active in the art world without exactly having to kind of produce objects in a very, in the old way.« Allerdings blendet Cole an dieser Stelle die – in Europa viel zahlreicheren – nichtkommerziellen Schauräume und Museen aus, die gerade für Kunst, die sich warenförmig nur schwer vermitteln lässt, eine wichtige Rolle spielen können. Dass er seine »alternative« Praxis nicht (wie Vorläufer der 1960er und 1970er Jahre) zugleich als aktivistisch oder antisystemisch auffasst, ist wahrscheinlich

der historischen Erfahrung geschuldet, dass letztlich alle Kunst des 20. Jahrhunderts, die rezipiert und kanonisiert worden ist, vom Markt auf die eine oder andere Weise absorbiert worden ist.

> A lot of these ephemeral and conceptual practices, [...] they're not against the market in the same way because the market itself is ephemeral and abstract [and] conceptual, you know. So, maybe the art now is a little bit more integrated into the market and more compromised. Even if it is ephemeral and conceptual, it's not like a Fluxus type position against commercial interests. In a way, it can be a more devious way of kind of critiquing or analyzing the economy, by kind of becoming more discursive (Interview Emmett Cole, 2010).

Obwohl er in der heteronom »inspirierten« Kunst das ökonomisch unvermindert bestimmende Segment sieht, an dessen Rändern allenfalls auch radikal autonome Praktiken existieren können, konstatiert Cole nichtsdestotrotz grundlegendere Veränderungen – die Diffusion jener kritischen, reflexiven »diskursiven« Praktiken, in deren Tradition er steht und denen er sich widmet; »partly because of the communications technology that all of us are connected to, and partly because of art itself is taking this discursive turn, becoming interested less in the objects themselves than in the relationships between the objects and social contexts, institutional politics – things like that. So, in a way, the artists themselves take on a lot of the functions of an art critic.« Den Stellenwert, den in Coles Verständnis von künstlerischer Praxis das Analysieren und das Aufzeigen von (sozialen, Macht- usw.) Strukturen – genauer: der programmatische Anspruch, solches zu leisten – sowie das Reden und Schreiben darüber (der »Diskurs«) einnehmen und die damit verbundene (implizite) Vorstellung eines Erkenntnisgewinns, rücken diese in die Nähe einer kulturwissenschaftlichen Praxis, die einen aufklärerischen Zweck verfolgt und Verborgenes zum Vorschein bringen soll. Ins Blickfeld geraten dabei primär die Funktionsweisen und Interdependenzen der Institutionen des Kunstfeldes. Die dabei anfallenden physischen Objekte scheinen für sich genommen von sekundärer Bedeutung. Das Gewicht, das den vom Produzenten als Bestandteil des Kunstwerks verfassten Texten zukommt, hat zur Folge, dass er selbst nicht nur dessen Rezeption einleitet, sondern sie vermutlich auch stärker beeinflusst als beispielsweise der Produzent eines Werks ohne Titel. Die Vorstellung, dass der Künstler die Kritik vorwegnimmt bzw. auch die Rolle des Kritikers und Deuters spielen kann, ist die logische Konsequenz eines solchen kritischen, reflektierenden und »diskursiven« Verständnisses von Kunst.

Subversive Strategien

In der Feldwahrnehmung Emmett Coles überlagern sich zwei Deutungen. Zum einen repräsentiert Chelsea im Westen Manhattans lokal ein Territorium, welches das Zentrum des Kunstfeldes – wo ökonomische und symbolische Macht konzentriert sind – sichtbar verkörpert. Cole wähnt sich (nicht nur räumlich) an dessen Peripherie, obwohl eines der beiden Künstlerkollektive, denen er angehört, von einer in Chelsea ansässigen Galerie und das andere von einer etablierten Galerie in Europa vertreten wird. Zum andern verortet Cole seine Berufspraxis gerade nicht a priori im Gegensatz zum auf ökonomischen Profit abzielenden »Geschäft«, das er in Chelsea vorherrschen sieht, bzw. hält eine solche Abgrenzung für unergiebig. Die Peripherie entspricht in dieser zweiten Perspektive nicht einem physischen Ort außerhalb des Galerienviertels zwischen der 16. und der 30. Straße, sondern auch einer künstlerischen Praxis, die insbesondere in ihrer kollektiven Form mehr umfasst als im Zentrum möglich ist, also da, wo ein höherer Produktions- und Verwertbarkeitsdruck herrscht. »Of course, Chelsea is more about business and professionalism. […] An idea of efficiency is built into the idea of professionalism, in business. I don't think the collectives are against business or against efficiency, but, for sure, other kinds of economies are engaged outside of Chelsea, symbolic economies, libidinal economies. Some very non-productive moments are kind of built into these collective practices that would never be reflected in the Chelsea situation.« Die an der Peripherie möglichen »nicht-produktiven« Ökonomien, so die plausibelste Lesart von »moments«, verweisen auf Interaktionen innerhalb des Kollektivs, die nicht nur die künstlerische Praxis im engen Sinn, sondern die Lebenspraxis überhaupt, d. h. auch den Alltag, betreffen.

Macht verortet Emmett Cole in erster Linie bei zwei Kategorien von Akteuren: beim Künstler und beim Galeristen. Die von ihm konstatierte Machtverschiebung zugunsten des Künstlers ist mindestens zum Teil auf seine Position als *gatekeeper* zurückzuführen, die besonders anfällig für den Verlust erfolgreicher Künstler ist. »*These* days, the artist is extremely free to come or go where ever they [*sic*] want. It wasn't always like that. […] But these days, the artist is more of a free agent, and the gallery's a bit at their mercy because the artist has a lot of power of decision over where they want to show.« Den Schluss, den Cole daraus zieht, nämlich die Kooperation mit einzelnen (europäischen, aber auch amerikanischen) Galerien zu suchen, entspricht im Prinzip dem, was Galerien mit überregional präsenten Künstlern im Programm tun, wenn sie nicht selbst weitere Niederlassungen eröff-

nen. »As competitive as galleries are with each other, it's also in their interest to share information and to defend common territories.« Cole hebt hervor, dass Messen für die Entstehung von Bündnissen mit europäischen Galerien eine wichtige Rolle gespielt haben. Den Kurator sieht er, in auffallendem Kontrast zur verbreiteten Diagnose von dessen Aufstieg zum deutungsmächtigen Akteur,[306] eingeklemmt zwischen dem Galeristen, dessen Selektion er nachvollzieht, und dem reichen Sammler in den Aufsichtsgremien der Museen mit seiner Präferenz für »stuff that's doing well in the market«, dem er zuzudienen hat. Cole beschreibt ein Abhängigkeitsverhältnis, in dem die Galerien als *gatekeeper* – vom Moment der Sichtbarmachung über die warenförmige Vermittlung bis zu den sukzessiven Etappen der Konsekration – nach wie vor über viel Deutungsmacht verfügen und den Kuratoren beibringen, was sehenswert ist.

In New York, the art galleries and the dealers actually have a huge influence on the landscape of art. I think, the curators follow the dealers a lot […]. And the curators who are kind of stuck in their museums don't really see very much. They know that the dealers see more, so, when they're putting their shows together, the first thing they do is they go to the galleries and see what's happening: What are the new ideas, who are the new people? So there's a strange kind of chain of dependency or something. Usually, curators learn a lot from the dealers (Interview Emmett Cole, 2010).

Auch im Fall der prestigeträchtigsten Biennale, jener von Venedig, sieht Cole die Macht der Galerien abgebildet: »Every curator is somehow, has a kind of a dealer, a particular dealer or two that they're particularly receptive to. […] So, it seems to me that most of these curators rely a lot on a particular art dealer. […] You could say that some of these shows are reflecting particular gallery programs in a big way.«

Die territoriale Expansion des Kunstfeldes und die Inklusion von Kunst von außerhalb des Nordwestens, die sich im Biennalewesen auf besonders prägnante Weise manifestieren, nimmt Emmett Cole als globalisierte künstlerische Praxis wahr, die durch eine Art gemeinsame Verkehrssprache verbunden ist (»globalisiert« setzt er zuletzt dann doch mit »westlich« gleich). »The kinds of things that are being talked about and made in New York, for example, as local as they are, as context specific as they are, they're automatically kind of communicable to other parts of the world.« Gleichzeitig registriert ausgerechnet Cole, der von der Stadt aus operiert, in der wie in keiner

306 Vgl. z. B. Bude 2012.

anderen nach dem Zweiten Weltkrieg Kunst entstanden und damit korrelierende Bewertungskriterien formuliert worden sind, die sich im ganzen Feld durchgesetzt haben, diese Entgrenzung auch als Verlust einer lokalen Identität. »I always thought the local situation of New York had somehow lost its definition, somehow, as a locality. In other words, I didn't think that a lot of the art that was happening here was specific to New York. It seemed that the same art could be made anywhere.« Diesem perzipierten Verlust begegnet Cole programmatisch mit dem Anspruch, dass sich seine berufliche und künstlerische Praxis durch einen unverwechselbaren Bezug zu deren Standort auszeichnet. »So, when we opened *this* space, part of our reason was that we wanted to kind of create a space, but also a temporality, which was very specific to New York; and that doesn't mean just showing local art. What it really means is creating another kind of rhythm of production in New York, outside of Chelsea, which is, you know, global, represents somehow the most globalized and globalizing side of the art world in New York.« Was Cole als eine im Standort begründete Eigenheit skizziert, entspricht jedoch im Wesentlichen einer alternativen Praxis am Rande des Zentrums im Sinne einer möglichst großen Distanz zum Pol des Feldes, an dem der ökonomische Verwertungsdruck am höchsten ist – im Grunde genommen genau dem, was Bourdieu als das Subfeld der eingeschränkten Produktion oder den eingeschränkten Markt der Produzenten bzw. die »anti-›ökonomische‹ Ökonomie der reinen Kunst«[307] bezeichnet (»globalisiert« ist in Coles Sicht vor allem der durch Chelsea verkörperte Kunstmarkt). Es handelt sich mit anderen Worten um eine Positionierung, die auch andernorts denkbar ist.

An das Porträt des wahlverwandtschaftlich orientierten Konzeptkünstlers, Publizisten und Galeristen schließt im Folgenden das Kapitel zum besonders sendungsbewussten kuratierenden Typus an, den verbunden mit einer pädagogischen Haltung gegenüber dem Publikum ein großer Gestaltungswille kennzeichnet. Er liegt (wie der beratende Typus) zwischen den beiden Polen einer strategischen, distanzierten Interessenvertretung und einer wahlverwandtschaftlichen Vergemeinschaftung.

307 Bourdieu 2001: 228.

5.3 *Curating*

> All I wanted to do was ambitious projects. I was so interested in working with the artists, talking to them, figuring out what they want, problems solving, […] – and I made it all work, I just made it work. I don't know how. I was like a miracle worker.
> (Interview Selma Sharrock, 2009)

Zum kuratierenden Typus gehören tendenziell die ostentativ selbstcharismatischen Galeristinnen und Galeristen. Er ist dem sortierenden, ordnenden und deutenden zeitgenössischen Kurator, dem vor allem im Kontext des Biennalewesens prominent in Erscheinung tretenden charismatischen Ausstellungsmacher – der »›Projekte‹ verwirklicht statt Werke auszustellen«[308] – am ähnlichsten. »All my predictions have come true«, lässt sich etwa Carrie Whitehead (Kapitel 5.3.3) in Bezug auf die Standortwahl für ihre Galerie 2008 in einem Magazin zitieren, um sich folgerichtig daselbst gleich auch noch unter die »Visionäre« einzureihen. Der Gebrauch des Verbs »kuratieren« ist mittlerweile in die Verkehrssprache von »Kreativwirtschaft«, Kulturförderung und darüber hinaus diffundiert. Das Verb wird hier in einem unterdessen vergleichsweise engen Sinn gefasst als an die Funktion des Kurators gebunden, der Ausstellungen organisiert.

Bei den sechs Fällen des kuratierenden Typus im Sample handelt es sich um zwei Männer und vier Frauen im Alter zwischen 35 und 80 Jahren; fünf sind Amerikaner/innen und einer Europäer, fünf in New York und einer in London ansässig. Eine New Yorkerin, der älteste Fall im Sample und zugleich jener mit dem meisten symbolischen Kapital, betreibt zusätzlich einen Schauraum in Europa (unterdessen hat sie in Europa eine zweite Adresse); eine andere, der jüngste Fall im Sample, ist mittlerweile an einem weiteren Standort in den USA präsent. Selbstständig erwerbstätige Väter überwiegen auch bei diesem Typus (die biografischen Daten geben hierzu nicht abschließend Auskunft; es ist möglich, dass die Väter aller Fälle selbstständig erwerbstätig sind.); es finden sich darunter ein eingewanderter Gewerbetreibender, ein Familienunternehmer der zweiten Generation im Industriesektor, ein Kunst sammelnder Wirtschaftsprüfer und ein Kunst sammelnder Textilindustrieller der zweiten Generation, jedoch kein Künstler. Die Angaben zu den Müttern sind unvollständig. Drei sind vermutlich Hausfrauen, eine ist Lehrerin, eine weitere im öffentlichen Dienst angestellt und die

308 Belting 2010.

Tochter eines New Yorker Taxiunternehmers arbeitet bei einer Reiseagentur. Dieser Typus hat Kunstgeschichte studiert und/oder eine Kunsthochschule besucht. Bevor er seine Galerie eröffnet, hat er in der Regel in diversen Chargen, namentlich als *director*, in Galerien gearbeitet und/oder war Programmverantwortlicher in einem nichtkommerziellen Schauraum. Insgesamt fünf der 23 interviewten Galeristinnen und Galeristen (drei davon New Yorker Fälle) waren einmal in einer solchen Institution tätig; die beiden mit einer Vergangenheit als Kurator/in zählen zum kuratierenden Typus (Lowell und Whitehead, Kapitel 5.3.2 und 5.3.3). Zusammen mit zwei betriebsführenden Fällen (Kapitel 5.1.1) handelt es sich gleichzeitig um jene, die eine künstlerische Praxis abgebrochen, sich jedoch eindeutig längere Zeit darin versucht haben. Das Programm der sechs Fälle umfasst zum Zeitpunkt der Interviews zwischen 16 und 36 Künstler/innen (allerdings nur in einem Fall unter 20); 2017 sind es 23 bis 46.

Prononcierter als die anderen Typen geht der kuratierende Typus bei der Eröffnung seiner Galerie von einem dringlichen Desiderat aus, angesichts dessen er sich seiner Berufung gewahr wird – etwa aus der Erkenntnis heraus, dass relevante Kunst einer neuen Generation sichtbar gemacht werden muss (Pride, Kapitel 5.3.1) oder dass anerkannte Kunst aus Europa in den USA ignoriert wird oder umgekehrt (Whitehead, Bancroft). So staunt Bancroft, die allerdings zunächst ein Geschäft für Künstlereditionen betrieb und ihre Galerie erst mit weit über 40 eröffnete, über Kollegen, die ohne konkretere Vorstellung von der Kunst anfangen, die sie vermitteln möchten: »I'm always surprised that a lot of people open galleries without knowing whom they like« (Interview Mildred Bancroft, 2009). Der Typus sieht sich als Visionär, der im Keim das Potenzial erkennt, das andere ignorieren, mit seinem scharfen Verstand zeitdiagnostisch den Durchblick hat und strategisch die Positionierung der ausgewählten Kunst betreibt; oder er ist – in der genialischen Variante – der von seiner Intuition geleitete Aktivist, der am finanziellen Abgrund entlang stets wieder aufs Neue die gewagtesten »Projekte« möglich macht, die ohne ihn das Licht der Welt nicht erblickten. Eine New Yorker Galeristin der vordergründig charismatischen Sorte, Tochter von Einwanderern und aus kleinbürgerlichen Verhältnissen, die in den USA mittlerweile eine zweite Niederlassung unterhält, wirft einen Blick zurück auf ihre Anfänge, von denen sie ein tollkühnes, heroisches Bild zeichnet:

My philosophy was always, ›Let's do what no one'll do, and let's just do it! I don't care what it costs, how we pay for it, what we do, just do it!‹ And there was no business; it was just, ›Let's make art!‹ […] I ran this gallery not even like an non-for-profit, I ran

it like a Ponzi scheme, like Madoff, like, just taking money from one thing, making production, not paying my bills, like, just doing it because all I wanted to do was projects. It was an obsession. And all the artists were super happy, and all the artists got critical attention, and the gallery got critical attention but, you know, I was always quasi bankrupt, […] had to leave my apartment, you know, crazy shit! And it wasn't like a real gallery, and it's still kind of not (Interview Selma Sharrock, 2009).

Der Typus neigt dazu, eine umfassende Bildung zu behaupten, d. h. einen breiten Horizont, der weit über die Kunst hinausreicht, und lässt im Dienste des *bonum commune* die kulturelle Öffentlichkeit in seinem Haus, einer Begegnungsstätte für Willige, an seinen Erkenntnissen bzw. der eigenen Vervollkommnung teilhaben. Er durchschaut die das Kunstfeld strukturierenden Kräfte und prognostiziert trotz der wirkmächtigen heteronomen Motivlagen vieler Akteure optimistisch die Durchsetzung der legitimen Kunst. Das Galerieprogramm bzw. die Sequenz der Ausstellungen gibt seinen hochspezifischen Blick auf Kunst und Gesellschaft wieder. Sein Selbstverständnis reicht von der Funktion der dem Werk verpflichteten Koautor- oder Koproduzentenschaft von »Projekten« bis zur Autorschaft des Ausstellungsprogramms als einer Art Gesamtkunstwerk. Die über achtzigjährige Mildred Bancroft, der auch wahlverwandtschaftliche Züge eignen (sie tue sich bisweilen schwer damit, sagt sie, sich von Künstlern zu verabschieden; die Künstler des Programms werden bei einer ins Auge gefassten Rekrutierung konsultiert und können eine solche verhindern), verglich die regelmäßigen Besuche, die sie den Künstlern abstattet, 2004 in einem Magazin mit der Bestellung bzw. Pflege eines Gartens (»like tending a garden«). Mit dem Künstler verbinden den kuratierenden Typus weniger affektuelle Affinität im Sinne von Liebe oder Freundschaft als eine intellektuelle Allianz im Sinne von Geistesverwandtschaft. Er scheut sich nicht, sich aus programmatischen Überlegungen von Künstlern zu trennen.

5.3.1 Mehr als Kunst

It's not one opportunity, it's not just art, it's not just the public, which is really important to me, it's not just collectors, it's not just the artist, it's not just your staff, it's this unbelievable myriad of extraordinary experiences (Interview Edna Pride, 2010).

Die in den 1960er Jahren geborene Edna Pride wächst als das mittlere von drei Kindern in einer kleinen nordamerikanischen Hafenstadt auf. Ihr Va-

ter leitet einen kleineren Industriebetrieb, der vom aus Europa eingewanderten Großvater gegründet worden war. Ihre Mutter, die Tochter eines Unternehmers, bildet sich weiter und wirkt als Philanthropin. Pride berichtet, sie sei in ihrer Jugend Schauspielerin gewesen, habe früh geheiratet und später (unter anderem zu kulturellen Themen) als Radiojournalistin gearbeitet (die Würdigungen der philanthropischen Aktivitäten der Mutter erwähnen solches nicht). Den Familienbetrieb führt unterdessen der ältere Bruder von Pride. Ihr jüngerer Bruder praktiziert zunächst als Anwalt, ist dann Mitbegründer und längere Zeit Partner einer Werbeagentur und dann als *social entrepreneur* und Lobbyist tätig. Auch Pride wird schließlich Unternehmerin, doch orientiert sie sich mit dem Studium der Kunstgeschichte zunächst am mütterlichen Bildungsideal. Nach Abschluss des Studiums zieht sie, einem inneren Drang gehorchend, umgehend nach New York. Diesen Aufbruch von der Provinz in die Weltstadt stellt Pride als radikale Zäsur dar, als herbeigesehnten Ausbruch aus ihrem Herkunftsmilieu. New York steht in ihrer Erzählung nicht bloß für einen abenteuerlichen und verheißungsvollen Ort, mit dem sie die Herkunft ihrer Mutter verbindet, sondern sie möchte sich in der Stadt neu erfinden, eine neue Identität zulegen: »My compulsion was really to move to New York. That was my obsession. My obsession was to not live and come from where I did and not be the person that I was, that I grew up.« In Manhattan sucht und findet sie Arbeit als Assistentin in einer Galerie. Diese erste berufliche Erfahrung stiftet bei Pride noch nicht die vorbehaltlose Identifikation mit der Sache, die sie zu einem Verbleib im Kunstfeld bewegen könnte. Nach rund zwei Jahren kehrt sie an die Universität zurück und wählt ein weiteres, interdisziplinäres humanistisches Fach. Doch nach knapp zwei Jahren bricht sie das Studium ab und heuert bei einer Galerie als *director* an. Nachdem sie in einer weiteren Galerie in derselben Funktion gearbeitet hat, eröffnet sie nach wenigen Jahren ihre eigenen Räume. Ende der 1990er Jahre zieht die Galerie nach Chelsea und vergrößert bald darauf die Ausstellungsfläche noch einmal. Pride beschäftigt zum Zeitpunkt des Interviews etwa 13 Personen (2017 sind es 16) und vertritt 16 amerikanische und europäische Künstlerinnen (2017 sind es 23). Sie ist mit einem selbstständigen Designer verheiratet und Mutter eines Kindes.

Krisendiagnose

Der Impuls zur Eröffnung der Galerie geht in der Darstellung von Edna Pride von einer »Offenbarung« aus, von der Diagnose einer existenziellen

Krise der zeitgenössischen künstlerischen Praxis, die sie in Werken von Jenny Holzer, Jeff Koons, Barbara Kruger oder Sherrie Levine reflektiert sieht: »I just sort of had this revelation as people were seeing, you know, the turn of the decade, […] where there was questioning of the validity of making art, you know, the sort of whole discourse around ›Is making art valid? Will it continue?‹. And there really was this kind of sensation that, you know, when the clock struck twelve on 1990, ›Was the art world going to stop?‹. And all the conversation would end and no one would make art again.« Gleich zu Beginn des Interviews legt Pride zudem Wert darauf festzuhalten, dass ihr Horizont immer schon über das »Feld der zeitgenössischen Kunst« hinausreichte. Sie weist mehrfach darauf hin, dass eine »Laufbahn« im Kunstfeld trotz »Leidenschaft und Interesse« für die Sache nicht von vornherein festgestanden hat und schwärmt vom New York der 1980er Jahre als Ort intellektueller Weltläufigkeit, an der sie teilhat, und wo Gegenwartskunst zwangsläufig in einem weiteren Kontext verhandelt wird.

Living in New York in the eighties, was this sort of fabulous combination of one of the best, you know, kind of social night life conditions of New York City, especially revolving around the art world in the eighties and, or at least, incorporating the art world. Meaning, you know, we went out every night. It was a fantastic nightlife in the eighties. But at the same time we also spent a lot of time thinking and talking and reading and, you know, there were weekly lectures. […] You would go out, you'd think about things, you'd think about critical theory, you know, it was part of the discourse of the time. And so it was a kind of amazing time for thinking as well and contextualizing contemporary art within a larger framework of critical theory (Interview Edna Pride, 2010).

Im Unterschied zu Pride, und stellvertretend für viele, ist in einem Rückblick der *New York Times* auf das Kunstfeld der 1980er Jahre von einem »Bacchanal« die Rede, das weniger zum uneigennützigen Austausch anregte als vielmehr hochgradig berechnendes Handeln hervorrief (der 1943 geborene Maler David Deutsch wird mit den Worten zitiert: »Camaraderie was at an all-time low in the 80's. Your artist friends would ignore you if they were invited to a famous collector's home and you weren't.«).[309]

In dieser von ihr als stimulierend erlebten Zeit kommt bei Edna Pride die Strukturlogik des Charismatischen (Oevermann) zum Tragen. Sie erkennt ein Desiderat – bzw. redet ein solches herbei (Schallberger) –, für das sie eine Lösung bzw. Antwort parat hat, mit der Zuversicht, jedoch ohne die Gewiss-

309 Solomon 1993.

heit, dass sie Dritte von ihrer Plausibilität bzw. Gültigkeit überzeugen können wird. So wird Pride einer jüngeren »Generation« Künstlerinnen gewahr, denen sie spezifische Eigenschaften bescheinigt, unter anderem jene, wieder über Ästhetik und Schönheit (»ideas and issues of beauty of things«) nachzudenken und Werke zu schaffen, die weniger didaktisch als jene ihrer Vorgängerinnen seien. »You could tell that there was something else going on«, erzählt sie. Selbstcharismatisch schreibt sie sich die Fähigkeit zu, zu sehen, was anderen entgeht, und »prophetisch« Legitimität zu antizipieren, die in der Gegenwart »noch nicht wahr« ist. »I felt like there is this generation. I can see it in a way that other people don't perceive it. I see that they exist.« Doch ist ihr Schritt in die Selbstständigkeit genauso rational wie er intuitiv – sie folgt einer »Eingebung« (»inspiration«) – begründet ist: Pride weiß zuerst nicht, welche Künstlerinnen sie konkret zeigen möchte, und besucht Dutzende Ateliers. Aus dem Sendungsbewusstsein – aus dem Glauben an die objektive Relevanz (die Legitimität) der von ihr für sehenswert befundenen neuen Kunst – resultiert das Gefühl einer Berufung (bzw. einer »Pflicht«) zur Galeristin: »God, someone has to do this. They're not seeing this. And it was like an obligation, almost«, sagt Pride. Entsprechend löst der Auftrag, den sie sich im Alter von knapp dreißig Jahren selbst erteilt, nicht so sehr Euphorie (»Oh great«), sondern eine gewisse Ehrfurcht vor dem aus, worauf sie sich einlässt (»Oh God«). »You know, in reflection of all this questioning of whether the art world is ending, I sort of saw, became witness to what was my generation, really, of artists, of the next generation of artists. And, you know, sort of almost to a point of disappointment I thought, like, ›Oh God, I have to open a gallery!‹ I was sort of, you know, it wasn't, like, ›Oh great, I'm gonna open a gallery!‹«

Obschon sie sich retrospektiv bezüglich der Risiken und Konsequenzen des Unterfangens als »außerordentlich naiv« bezeichnet, stellt sich Edna Pride als junge Galeristin dar, die von Beginn an präzise Vorstellungen von der Galerie als funktionstüchtigem Betrieb hat, die auf Augenhöhe (»equal footing«) mit der etablierten Konkurrenz operiert. Entsprechend distanziert sie sich von Positionierungen, die sich nicht nur inhaltlich als innovativ begreifen, sondern diesen Positionen gleichzeitig auch durch die Galerie als alternativ konzipierten Ort zu Sichtbarkeit verhelfen bzw. verhelfen wollen (wie sie im Fallmaterial ausgeprägt die Produzentengalerie von Emmett Cole, Kapitel 5.2.3, und in geringerem Ausmaß Selma Sharrock repräsentieren). Es sei ihr nicht um »this kind of hip stigma around the marginalized space« gegangen, sagt Pride. »People were gonna judge the artists based on their

work.« Um die Rezeption in Gang zu bringen, setzt sie auf »Professionalität« und was sie als die »Neutralität« des *white cube* wahrnimmt. »If I was going to have a gallery it had to really fall into the very kind of conservative construct of a gallery, where you were, you know, really keeping archives and, you know, taking on your historical responsibility, having a really kind of refined space that was, you know, a neutral refined space.« Der Sinn für die Galerie als Betrieb verbindet sich bei Pride mit einem geschärften Bewusstsein für die Bedeutung der Person der Galeristin. Bei zwei ihrer drei ehemaligen Arbeitgeber, die ihre Galerien letzten Endes allesamt schlossen, kann sie keinen ausgeprägten Geschäftssinn erkennen, dafür Berufstugenden, mit denen sie sich identifiziert: Passion (»content-driven and art-driven«, »idealistic«), außergewöhnlicher Kunstsinn (»really extraordinary aesthetic taste«) und prophetische Züge (»gallerists that were ahead of their time«). Aus dem beruflichen Scheitern dieser kunstsinnigen Galeristen schließt Pride, dass ihren eigenen Fähigkeiten zur Interaktion mit anderen und ihrem Charisma – »gemocht werden« ist nicht erlernbar – eine entscheidende Rolle zukommt: »One thing I remember very distinctly about my opening was that I felt that no matter how good your taste was, no matter how much you loved art, if people didn't like you, if you didn't have the right personality, both in your relationship to your artists and the public, there was no way you were gonna be successful.«

Von der erweiterten Großfamilie zum »construct of opportunities«

Die Galerie als Generationenprojekt impliziert im Fall von Edna Pride anfangs ein ausgesprochen enges Arbeitsbündnis. Die »sehr persönliche« Beziehung, die sie zur Künstlerin unterhalten möchte, ist ihrem Bericht zufolge so intensiv, dass sie einem wahlverwandtschaftlichen Verhältnis gleichkommt, in welchem der rollenförmige Anteil einer professionalisierten Beratung sehr klein ist. Es geht Pride um mehr als eine auf Affinitäten basierende Beziehung, die sich aufgrund derselben Generationslagerung a priori leichter ergibt. Im »Dialog«, den sie pflegt, weist sie sich nicht so sehr die Funktion einer wohlwollenden und aufmerksamen Gesprächspartnerin zu. Obwohl sie sich vom Verständnis des Programms als Familienverband oder Vergemeinschaftung Gleichgesinnter distanziert, strebt sie de facto eine exklusive Bindung an, die sie unweigerlich zur Gefährtin oder Komplizin einer Kunstwerke schaffenden Lebenspraxis macht. Die Beziehung ist hochgradig diffus, die regelmäßige physische Anwesenheit der Künstlerinnen in der Galerie ist für Pride entscheidend.

> At the time, not only did I feel that the gallery was specifically about representing a particular generation, but I was very interested in it being personal. Most of the gallery artists lived in New York. Most of them came in on a daily basis. It was not about a family, it wasn't about this kind of model of, like, ›We're a team.‹ or ›We're a‹, but it was personal, it was absolutely personal. […] For me, those relationships were very personal. And they were intimate. You know, intimate, meaning it was about, you know, a dialogue. It was, you know, we spoke every day, we saw each other every day. They would come in physically, you know, all the time. And that was really important for me. And that was conscious, in the beginning (Interview Edna Pride, 2010).

Die sendungsbewusste Kuratierende von Kunst »ihrer Generation« liest diese nicht nur aus, sondern nimmt sich auch gleich des ganzen »Lebens« ihrer Produzenten an. Thematisch werden darf in der täglichen Begegnung insofern alles: »It's a big, huge commitment. You're taking on, you know, eighteen people's lives. And it's big, it's big, it's, you know, it's serious.« Es scheint in dieser symbiotischen Vorstellung vom Arbeitsbündnis gleichsam angelegt, dass Pride Liebesbeziehungen zu Künstlern unterhält (die Thematisierung eines solchen Verhältnisses durch die Interviewee ist im empirischen Material, das dieser Studie zugrunde liegt, einzigartig). Der erste der beiden genannten Lebensgefährten drängt Pride dazu, als sie ihm von ihren Plänen erzählt, die Galerie eher früher als später zu eröffnen; der zweite stellt von Anfang an bei ihr aus und bleibt auch nach dem Ende der Beziehung noch über Jahre im Programm. Während sie bezüglich des Programms die Vorstellung einer »Familie« oder eines »Teams« von sich weist, betont Pride den Aspekt der Vergemeinschaftung, wenn sie auf das Galeriepersonal zu sprechen kommt. Sie betrachtet dieses unterdessen als solidarische »Gemeinschaft« von Gesinnungs- bzw. Glaubensgenossen – »a community of people […] who are here for each other because they share an ideology« –, die sie »aufgebaut« hat und in der sie den Platz des »Oberhaupts« oder der »Chefin« (des »Bosses«) einnimmt.

Die Wahrnehmung langjähriger Angestellter als Mitglieder einer von ihr angeführten Gesinnungsgemeinschaft verläuft sozusagen umgekehrt zum sich versachlichenden Arbeitsbündnis. Denn Edna Pride empfindet das »intime« Verhältnis zur Künstlerin auf die Dauer als restringierend. Nicht nur ist ein solches angesichts der Mobilität der Feldakteure, der sich verändernden Erwartungen der Künstlerinnen und des tendenziell immer größeren Altersunterschieds zwischen der Galeristin und den Künstlerinnen, die sie rekrutiert, unrealistisch. Vielmehr steht es auch dem Wunsch von Pride im Weg, weitere Rollen auszufüllen, dem Freiraum, den sie für ihre bildungsmäßige Entfaltung beansprucht, und ihren Ambitionen als »Erzieherin«: »It

limits your freedom.« Sie schätze sich glücklich, mehr als ein Interesse zu haben, sagt Pride. »It's not just art«, formuliert sie ihr Selbstverständnis. »You can't just love art, you have to love what it means to put art in the public, you know. That's different than loving art.« Die Galerie wird zu einem Laboratorium oder Vehikel – einem »Kontext« – der persönlichen Vervollkommnung, an der Pride die kulturelle Öffentlichkeit teilhaben lässt. Dazu muss ihr die Galerie »the best, most diverse set of situations« bieten. Was ist darunter zu verstehen? Als Pride nach einigen Jahren die Ausstellungsfläche vergrößert, nutzt sie den zusätzlichen Raum überwiegend für Ausstellungen, die nicht dem Galerieprogramm gewidmet sind. Darin stellt sie ihr Programm nicht bloß (wie in etablierten Galerien durchaus geläufig) in einen historischen und validierenden, sondern auch in einen zeitgenössischen Verweisungszusammenhang, indem sie regelmäßig Künstlerinnen zeigt, die sie nicht vertritt und/oder die in New York bereits eine Galerievertretung haben. Was in unterschiedlichem Ausmaß für die meisten Galerien gilt, dass nämlich ein Ausstellungsprogramm jeweils mehr als die im Rahmen eines Arbeitsbündnisses vertretenen Künstlerinnen umfasst, macht Pride zu einem Schwerpunkt ihrer Arbeit. Motiviert ist diese Erweiterung des Ausstellungsprogramms mindestens ebenso sehr durch den zusätzlichen Spielraum, den sie sich so schafft, wie durch die strategische Überlegung, dass ein aus anerkannten Positionen bestehender »Kontext« einen validierenden Effekt verspricht. Dass Pride, wenn es um ihre »eigennützigen Absichten« geht, keine Einschränkungen duldet, manifestiert sich auch im einigermaßen radikalen Schritt, nach rund 15 Jahren Galerietätigkeit das Arbeitsbündnis mit einer ganzen Gruppe Künstlerinnen gleichzeitig aufzukündigen. »I eliminated ten artists from the gallery«, formuliert sie drastisch. »Because I just didn't think the gallery was viable. I couldn't have personal relationships with as many artists as I was showing.« Mit diesem Einschnitt begegnet Pride gleichzeitig auch dem strukturellen Handlungsproblem des Galeristen, langfristiges Arbeitsbündnis und Innovationsverpflichtung (»staying current«), d. h. die Entdeckung und Rekrutierung neuer Künstlerinnen, miteinander vereinbaren zu müssen.

Edna Pride gibt sich nicht mit dem Dienst an der Künstlerin – und nicht einmal mit dem Dienst an der Kunst – zufrieden. »My interest is what's going on in the world«, erklärt sie. Ihre Berufspraxis steht im Zeichen der Realisierung und Vermittlung ihres Vervollkommnungsprojekts, dem sie nicht zuletzt auch die Arbeitsbündnisse unterordnet. »In the end, a gallery is very indulgent. You know, if it's not interesting to me it's not gonna be inter-

esting.« Von Interesse kann die Galerie für Pride letztlich nur bleiben, wenn sie eindeutig mehr als die vertretenen Künstlerinnen umfasst. »While it continues to be very interesting to represent the same artists and see that I've represented the same artists for twenty years, it's also essential for the health and, you know, mobility and complexity of the gallery and for me and my selfish intentions that the gallery's interesting.« Gerade in der Relativierung der konstitutiven Funktion der Programmgalerie, des Arbeitsbündnisses, auf die sie sich nicht beschränken möchte, sieht Pride sowohl ihr unverwechselbares Profil als auch ihr Verdienst als Galeristin. Sie fühlt sich dazu berufen, in ihren Räumlichkeiten zu thematisieren, was immer sie zeitdiagnostisch für relevant hält. »My particular position, I think, is also that people assume that I'm genuinely interested in the larger discourse. I'm not just toting my own artists. I'm, you know, interested in the larger discourse. And I am. And I'm also interested in history and not just the hype of the moment. So, you know, if it's beneficial, the context of the gallery or the best possible show, you know, I'm not limited to what is in my program.« Prides genialischer Zug steht diesbezüglich in markantem Kontrast zum Verständnis, tendenziell nichts mehr und nichts weniger als Künstlerinnen zu vertreten, wie es etwa Frances Avery (Kapitel 5.4.1), Marie Feldmann, die ihre Galerie als »Dienstleistungsunternehmen« bezeichnet (Kapitel 5.1.1), oder Vera Seiler (Kapitel 5.2) artikulieren. Letztere zitiert einen Künstler mit den Worten, eine Galerie sei so gut wie die Werke, die der Künstler bringe, und fügt an, »es kommt niemand wegen mir zu mir einfach so in die Galerie« (Interview Vera Seiler, 2007).

Ein erlesener Ort für ausgesuchte Menschen

Edna Pride möchte als Galeristin erscheinen, die mehr als Ausstellungen und einen privilegierten Zugang zur Künstlerin zu bieten hat: »And I have to say I'm much more interested in, I wouldn't say more, you know, I'm obviously extraordinarily interested in art. But the gallery, for me, is a much, I'm as interested in social politics and the ability to, you know, the kind of construct of what the gallery affords.« Die Galerie soll Pride zufolge besondere Dinge möglich machen bzw. Gelegenheiten dazu schaffen (»opportunities«). »Looking back now, my interest is much more about the kind of this amazing construct of opportunities that the gallery creates, that is unique from any other set of opportunities, on a personal level.« Unter den Handlungspotenzialen, als deren Stifterin sich Pride begreift, versteht sie

Möglichkeiten von »Erfahrungen« und Begegnungen. Sie sieht in der Galerie eine einzigartige (»belohnende« bzw. »bereichernde«) Erfahrungs- und Begegnungsstätte – »just the most rewarding, extraordinary structure«. Was sie auszeichnet, ist Pride zufolge zum einen die »Güte« nicht nur der ästhetischen Erfahrung (»the quality of experience you have«), sondern ebenso der Menschen, die sie aufsuchen (»the quality« bzw. »level of people«). Zum andern gesteht die Galerie in den Augen Prides dem Publikum einen besonders großen Ermessensspielraum zu (»people have more right to the freedom of an opinion«), weil sie eine private Institution ist und die Rezeption der Kunst folglich nicht durch die konsekrierende Wirkung einer Museumsschau präjudiziert wird. Gleichzeitig weist sich Pride keineswegs eine neutrale Rolle zu, sondern sieht sich als bildende bzw. erziehende Vermittlerin. »We're educators. I still consider that a really important part of my job.« Dabei spricht Pride nicht von Bildungs- und Vermittlungsarbeit im Dienste von Künstlerinnen. Sie leistet diese im »Dialog« mit »ihrem Publikum« (artikuliert ihre »Stimme«, wie sie sich 2015 in einer Zeitschrift zitieren lässt): »The more educated my audience is, the more educated my collectors are, the more inspiring the job is to me.« Die »unglaublich fruchtbare/ertragreiche Welt«, die sich Pride mit der Galerie schuf, hat sich ihrem Streben nach Selbstbildung und -vervollkommnung anzupassen. Ihr berufliches Handeln ist dann legitim, wenn es als Arbeit an ihrer Selbstvervollkommnung begründbar ist, die sich stets mit Blick auf das Gemeinwohl (d. h. auch auf die Künstlerinnen) zu vollziehen hat. Was sonst, fragt Pride rückblickend, könne letzten Endes der Zweck ihrer Anstrengungen sein als »to evolve and become a better, smarter, more compassionate, more contributive person«.

Sendungsbewusstsein und ostentatives Selbstcharisma verbinden sich bei Edna Pride mit einem elitären Verständnis der Rezeption von Kunst. In ihren erlesenen Räumlichkeiten (»refined space«) empfängt Pride nicht nur das aufgeschlossene, mehr oder weniger informierte Publikum (unbekannte Besucher spricht sie durchaus von sich aus an). Einer Kategorie kunstsinniger Menschen attestiert sie eine überragende Bedeutung: jenen (Privatpersonen), die Kunst erwerben. Sie begründet ihre Einschätzung nicht mit den Einkünften, auf welche eine Galerie angewiesen ist, sondern mit der Tugendhaftigkeit der Käufer. Denn Pride sieht in den Sammlern die gesellschaftliche Elite verkörpert. Ihrer meritokratischen Deutung zufolge ist ökonomisches Kapital Ausdruck außerordentlicher Begabung und (beruflicher) Leistung und insofern auch kulturellen Kapitals. Pride projiziert Eigenschaften bzw.

Tugenden auf die Sammler, die sie für sich selbst in Anspruch nimmt: außergewöhnliche Begabung, Leidenschaft und Streben nach Selbstvervollkommnung. Nicht zuletzt zeichnet sich diese Elite der besonders tugendhaften Menschen in den Augen von Pride auch durch Gemeinwohlorientiertheit aus; sind die philanthropischen Neigungen nicht genuin, so speisen sie sich aus einem Geltungs- und Anerkennungsbedürfnis, das Menschen erfasst, die beruflich Erfolg haben.

And collectors are unbelievably passionate, interesting, you know, people who are just, you know, really want to evolve and grow from their involvement in contemporary art. It's an unbelievably rich dialogue, the dialogue with collectors, and just extraordinarily rich in terms of information. And, you know, I talk about this often, you know, collectors tend to be *the* best in their field. They are *the* most significant people in the world in every single field. And they're at the top of their field because they're excellent. And they're extraordinary thinkers and they've become great at whatever they do and they wanna continue to be inspired. They tend to be philanthropic. There's a link between collecting and philanthropy, there's a link between social responsibility and collecting. You know, people think of collecting as this kind of highly social, you know, luxury. I would say that that's really, you know, well, that's an element of it. Or, you know, they think of it as competitive. Most of it really is about a desire to evolve, contribute, to be, you know, socially relevant, to be current, to constantly be in a position of, you know, this synaptic connection, the new, you know, an engagement with expanding their world and their thought processes. It's an extraordinary group of people (Interview Edna Pride, 2010).

Nicht nur ist der Sammler ein Individuum von außerordentlichem sozialem Rang, er leistet in der Wahrnehmung Prides überdies mehr für die Erhaltung und Tradierung von Kunst als jeder andere Feldakteur. Mit dem Geld, das er für ein Werk bezahlt, und mit der Verantwortung, die er für dessen Aufbewahrung übernimmt, erbringt er einen Beweis für sein »Bekenntnis«, den weder der Kritiker noch der Kurator erbringen muss. Die Verbindlichkeit dieser Handlung (verwandt mit den Investitionen der Galeristin in junge Künstlerinnen) bewertet Pride höher als den »Diskurs«, der die Rezeption einer künstlerischen Praxis in Gang bringt und aufrechterhält. Der Sammler lässt demnach seinen Worten Taten folgen: »But there's something different between a kind of historical, cultural recognition and a willingness to pay, preserve, protect works. And I think that there's something very powerful about how someone makes a choice, that they actually have to pay for, pay, preserve, take care of, store, insure. And what they're leaving is their legacy, you know. A curator leaves a legacy of the moment, and a collector is interested in leaving a history in the name of artists.«

Die Wertschätzung des Sammlers als eine Art kongenialen Verbündeten schlägt sich bei Pride in einer entsprechend optimistischen Zeitdiagnose nieder. Als Anfang 2010 Klagen über Missstände im Kunsthandel sehr verbreitet sind und Galeristen insbesondere das Auktionswesen kritisieren, konstatiert sie, dass die Beziehung zwischen Galerist und Sammler enger und verlässlicher (»more bonded«) geworden sei. Die früher von Schuldgefühlen geplagten Sammler versuchten nicht mehr, sich heimlich von Werken zu trennen, sondern nutzten die Galerien unterdessen rege für Transaktionen im Sekundärmarkt. Während etwa Lena Crumb (Kapitel 5.1.2) allenthalben manipulative Praktiken erkennt oder Stanley Lowell vielen seiner Kollegen rein pekuniäre Motive unterstellt, attestiert Pride den Feldakteuren grundsätzlich lautere Absichten. Diese überwiegen Pride zufolge, weil vor allem die Sammler um ihre Reputation in der Nachwelt besorgt sind. »I really believe that the art world has remained primarily idealistic and primarily free of corruption in some way because people want to be immortalized by their collecting. People wanna be immortalized and redeemed by their collecting activity.« Pride zeichnet vom Kunstfeld das Bild eines Bezirks oder Ausschnitts der Lebenspraxis, in dem Wertrationalität gewissermaßen als Zweckrationalität herrscht. Ähnlich einem religiösen Bekenntnis suchen in ihm die Menschen nach Sinn und erhoffen sich (in der Logik einer Werkgerechtigkeit) von guten Werken (der Sammlung und deren Vermächtnis) Rechtfertigung bzw. Erlösung im Jenseits – säkularisiert: die Anerkennung der Zeitgenossen und der Nachwelt. »So, however they may act in other parts of their life«, Pride weiter, »they purposefully come to the art world in order to find meaning, immortalize themselves through the collection they leave, be a different kind of person.« Konsequenterweise nimmt sie, was sie als Verstöße gegen die Regeln des Spiels (»the moral integrity of the art world«) einstuft, als Praktiken wahr, die von außen eingeführt wurden (»strategies that existed elsewhere«), die angemessene symbolische Bewertung jedoch auf Dauer nicht gefährden können. Pride glaubt an einen Selektionsprozesses, aus dem zwingend ein »Konsens« – »the big picture of art history« – auf Basis des symbolischen Werts von Kunst resultiert: »And yet, I absolutely believe that there is no artist that will become historically significant who doesn't deserve to be.« Dieser Wert bzw. die Wichtigkeit von Kunst bemisst sich gemäß Pride nach ihrer Neuartigkeit und dem, was sie zum Gemeinwohl (»what's contributive«), d. h. zur Vervollkommnung des Gemeinwesens, beiträgt.

5.3.2 Koautorschaft

> It's a much more complicated world than it ever was. How do you deal with it? You edit – edit, edit, edit, edit. Because context is king, okay? Context is king. And the way you deal with it is you brutally edit it, okay? You take everything out that doesn't matter and you do the things that do matter. And the rest of it has to go (Interview Stanley Lowell, 2010).

Stanley Lowell zählt zu den Galeristen im Sample dieser Untersuchung, die eine Kunsthochschule absolviert haben; die beiden anderen Fälle sind Ida Haufler (Kapitel 5.1.1) sowie Carrie Whitehead (Kapitel 5.3.3). Darüber hinaus repräsentiert Lowell Berufsbiografien, in denen der Eröffnung der Galerie eine Funktion in einem nichtkommerziellen Schauraum – d. h. als Kurator – vorausgeht (wie Whitehead) und gleichzeitig auch solche, an deren Anfang eine künstlerische Praxis steht, die in der Folge abgebrochen wird (wie bei Marie Feldmann und Whitehead). Dass Kuratoren in den Kunsthandel wechseln, ist ein Phänomen, das spätestens seit den 1960er Jahren bekannt ist. Häufiger jedoch scheint es zu solchen Transfers bzw. Transformationen erst seit den 1980er Jahren zu kommen.[310]

Stanley Lowell, Vater zweier Kinder, kommt in England als Sohn eines Unternehmens- bzw. Organisationsberaters und einer Angestellten im öffentlichen Dienst zur Welt; der eine Großvater verwaltete in Indien eine Teeplantage, der andere war leitender Finanzbuchhalter. Lowell verlässt das Elternhaus als Teenager und heiratet, als er noch keine zwanzig Jahre alt ist. Nach dem Studium finanziert er seine künstlerische Tätigkeit als Dozent. Vermutlich ohne Galerievertretung, präsentiert er seine Arbeiten selbst, indem er Gruppenausstellungen organisiert, in denen auch seine Werke figurieren. Lowell stellt sich als Künstler dar, der genuin zum Kuratieren neigt. Er organisiert die Schau jeweils nicht bloß, sondern versteht sich als ihr Autor, der in Kooperation mit Künstlern sein Projekt verwirklicht. Die Empathie für seine *peers* verbindet sich mit dem Selbstverständnis des Ausstellungsschöpfers: »I treated the artists with a high degree of respect and sort of worked with them to realise things that I wanted to do.« Mit Mitte zwanzig gibt er die Herstellung von Kunst und seine Lehrtätigkeit auf. Die Beendigung der künstlerischen Praxis thematisiert Lowell nicht wie Haufler oder Feldmann als Scheitern an den eigenen Ansprüchen, sondern ökonomisch

310 Brenson 1990.

und vor allem als das Gewahr-Werden einer besonderen Gabe: »Of course, you know, in a funny way, as often happens in life, the things that are meant to happen to one find one. And when I got there I realized that I had an aptitude for what I was doing. And I was good at it. And I enjoyed it.« Lowell arbeitet in einem kleineren Museum, das vor allem Gegenwartskunst zeigt, als Kurator und wird nach einigen Jahren dessen Direktor. Darauf übernimmt er die Intendanz für die bildende Kunst eines großen englischen Kulturfestivals. Doch bleibt ihm die Anerkennung versagt, die er angesichts der erfolgreichen Beschaffung privater Gelder erwartet. Im öffentlichen Bereich, so Lowell, werde »bestraft« und »verhöhnt«, wem es gelinge, solche Quellen zu erschließen. Nach rund fünf Jahren wechselt er noch vor dem Einbruch des Kunstmarktes Ende der 1980er Jahre zu einer amerikanischen Galerie und wird Verantwortlicher ihrer neuen New Yorker Filiale. Die Zusammenarbeit verläuft unbefriedigend und Lowell plant, nach England und zum Kuratieren zurückzukehren. Die abrupte Auflösung des Anstellungsverhältnisses zwingt ihn aber dazu, kurzfristig ein neues Auskommen zu finden (er betont, dass er weder auf elterliches Vermögen zurückgreifen noch auf einen Geldgeber zählen konnte).

Als sich Stanley Lowell in den frühen 1990er Jahren selbstständig macht, verfügt er über für den Beruf des Galeristen wesentliches explizites und implizites Wissen: Er kennt die künstlerische Praxis aus eigener Anschauung; er hat als Dozent die inhaltliche Vermittlung von Kunst eingeübt; er kennt den Museumsbetrieb, die anvisierte Destination eines Kunstwerks, sowohl als Organisator von Ausstellungen als auch als Verwalter; als Programmverantwortlicher eines Festivals zählte er zu den hochmobilen Akteuren des Kunstfeldes und beschaffte vor dem Hintergrund von Subventionskürzungen unter der Regierung Margaret Thatchers unter finanziellem Druck und (nach eigenem Bekunden) erfolgreich Mittel von privater Seite; schließlich ist er (wie viele seiner *peers*) bereits mit dem Betrieb einer Galerie vertraut. Lowell arbeitet zunächst mehrere Jahre »privat« mit einer Handvoll Künstler zusammen, bevor er in SoHo einen zwar öffentlich zugänglichen, anfangs jedoch nicht als solchen gekennzeichneten Schauraum eröffnet, aber einstweilen noch auf Werbung verzichtet. Um die Jahrhundertwende bezieht die Galerie Räumlichkeiten in Chelsea. Nach rund zehn Jahren verlegt sie ihren Sitz erneut und vergrößert dabei die Ausstellungsfläche um das Doppelte. Zum Zeitpunkt des Interviews (2010, vor dem letzten Umzug) vertritt Stanley Lowell 23 Künstler (2018 sind es 34), die überwiegend aus Europa stammen, und beschäftigt zwölf Angestellte (2018 sind es 16).

»Change the visual landscape«

Den Schritt in die Selbstständigkeit thematisiert Stanley Lowell als Überlebenskampf. Spricht er in Bezug auf die künstlerische Praxis von einer »Berufung«, die er von Kindesbeinen an verspürte, so stellt er seine Konversion zum Galeristen drastisch als eine von außen herbeigeführte, schicksalhafte Fügung bzw. Krise dar, die er heroisch bewältigt hat.

I mean, I made a dollar and spent 99 cents. I mean, I started with nothing. I didn't have a backer, I didn't have any money, I don't have a silver spoon and I don't have family money. I just worked, you know, I worked sixteen to twenty hours a day, seven days a week to survive. And, you know, if you have your back up against a wall, you either cave or you find a way to survive. And so that's how I became a dealer, I had to survive (Interview Stanley Lowell, 2010).

Den ursprünglichen Impuls für seinen Einstieg in das Galeriewesen sieht Lowell jedoch in seinem Bedürfnis, nach der Intendantentätigkeit zur direkten und zudem dauerhaften Zusammenarbeit mit dem Künstler zurückzukehren. Als Galerist, der einer »privaten Stiftung« ähnlich das angehäufte Geld nach eigenem Gutdünken (sozusagen dem Stiftungszweck seiner Galerie gemäß) verwendet, kann er »Beziehungen« zu Künstlern aufbauen. Konsistent mit seinem diskreten Berufseinstieg, der nur von Eingeweihten bzw. Insidern wahrgenommen werden konnte, jedoch im Widerspruch zu seiner unterdessen etablierten Position, markiert Lowell unverändert Distanz zur kommerziellen Verwertung von Kunst. Eine Galerie mit Schaufenster (»with a public facade«) habe er ursprünglich überhaupt nicht im Sinn gehabt, erzählt er. Vorgeschwebt haben Lowell zum einen ein exklusives, der Laufkundschaft verborgenes »Laboratorium« im Subfeld der eingeschränkten Produktion und zum andern eine Rolle ähnlich jener des Architekten. »I didn't really think about opening it to the public, although it *was* open to the public. But we didn't have a banner outside, or we didn't have our name on the door. The door was opaque. You couldn't see in, you had to make an effort to get into the space.« Ein selbstständiger Architekt ist Partner und/oder Kopf einer Gruppe Angestellter, die seine Entwürfe konkretisiert und umsetzt bzw. Vorschläge von ihm absegnen lässt. Der Galerist als Architekt, spinnt man die Analogie weiter, wählt nicht erst die fertige Kunst aus, die er für legitim hält, sondern – ist das Arbeitsbündnis einmal zustande gekommen – interveniert bereits vorher im Produktionsprozess. In der Praxis wird dies Lowell kaum tun. Vielmehr wird er die Signatur seiner Autorschaft (seine »Hand«) im Galerieprogramm und in den Sammlungen erblicken, die

mit Werken daraus bestückt sind. »I guess«, sagt Lowell in Bezug auf gewisse Sammler, »if you walked into their home or their collection or their group of work, you know, it'd be very, very clear that you'd see my hand at work.«

Das Bestreben, mit den Künstlern dauerhafte Arbeitsbeziehungen zu unterhalten, resultiert bei Stanley Lowell aus dem nach dem Abbruch seiner künstlerischen Praxis anhaltenden Bedürfnis, an der Hervorbringung von Kunst unmittelbar teilzuhaben. »What keeps me awake at night is the intellectual pursuit of the discourse«, formuliert er den Anspruch eines Meta-Blicks auf Kunst, der es ihm erlaubt, sich – selbstcharismatisch und sendungsbewusst – als Akteur des Kunstfeldes zu begreifen, der unmittelbar an der Transformation künstlerischer Paradigmen mitwirkt und darüber hinaus durch ihre Diffusion in andere Felder indirekt Einfluss auf die »Sprache« und folglich auch Wahrnehmung und Gestaltung von Welt nimmt: »I'm interested in language and how cultures evolve and how we change the language of the culture.« Die Rolle des Vermittlers reicht Lowell nicht. An einer Stelle im Gespräch nimmt er einen vom Interviewer verwendeten Begriff auf, der im Zusammenhang mit der Vermittlung von Kunst sehr gebräuchlich ist – »advocate«, zu Deutsch unter anderem: »vertreten«, »verfechten« oder »eintreten für«. Er korrigiert sich aber umgehend und verwendet stattdessen »für Künstler arbeiten«, um in einer nochmaligen Wende sich selbst als Miturheber von Transformationen bzw. des Neuen im Feld der Kunst darzustellen: »I wanted to advocate, I mean, I wanted to work for very cutting edge, very demanding artists […]. And I wanted to make a difference. I wanted my work in support of those artists to change the visual landscape. I wanted it to change the vocabulary of the way that we understand what art is.« Insofern unterscheidet sich Lowell deutlich von Marie Feldmann (Kapitel 5.1.1), die sich als zurückhaltende Dienstleisterin versteht (»mehr ist man nicht«) und jegliche andere Prätentionen für eine verfehlte, unsachgemäße Interpretation der eigenen Rolle hält.

Geistesverwandtschaft

Stanley Lowell schreibt sich eine ausgesprochene Eignung für langfristige Partnerschaften zu und sieht in ihr den Ausdruck einer spezifischen Veranlagung, die ihn dazu drängt, solche dauerhaften Bindungen einzugehen. Er verweist auf seine über dreißigjährige Ehe, mit der er das Bündnis mit dem Künstler vergleicht: »Like any relationship, like any marriage, it works

only if two things are happening: one is that both partners have to want to make it happen and the other one is they both got to fight for it.« Wenn Lowell die zur Umschreibung der Beziehung zwischen Galerist und Künstler im Feld geläufige Metapher der Ehe benutzt, so bedeutet dies jedoch nicht, dass in seiner Interaktion mit den Künstlern diffuse Verhältnisse herrschen, wie sie die Anfänge von Edna Pride kennzeichneten oder für die berufliche Praxis des wahlverwandtschaftlichen Typus charakteristisch sind. Lowell verbindet mit den Künstlern, die er vertritt, nicht notwendigerweise Freundschaft. Seiner Auffassung nach ist vielmehr Geistesverwandtschaft bzw. eine geteilte »Geisteshaltung« die Voraussetzung für ein gelingendes Arbeitsbündnis: übereinstimmende Wertsetzungen bzw. Prinzipien und eine übereinstimmende Deutung von Kunst und Kunstgeschichte. Die Wertsetzungen beziehen sich auch auf die Lebensführung. Der Künstler muss Lowells Arbeitsethos, seine Vorstellung von Integrität der künstlerischen Praxis und Verbindlichkeit der Assoziation teilen und dessen intellektuellen Ansprüchen genügen. Diese Kriterien erlauben Lowell auch, der Schwierigkeit des zunehmenden generationellen Abstands zwischen Galerist und zu rekrutierenden jüngeren Künstlern zu begegnen. Obwohl es auch in seinen Augen immer schwieriger wird, neue Künstler zu finden, bleibt für ihn das Problem lösbar, weil es immer noch »ernsthafte« und »gescheite« junge Künstler gebe und sich seinesgleichen letztlich finde. »We're not interested in fashion, we're not interested in hipness, we're not interested in flash, we're not particularly interested in pop, 'cause we don't understand it. We're interested in longevity, we're interested in history, we're interested in seriousness, and we're interested in people who work as hard as we do.«

Die das Arbeitsbündnis fundierende grundsätzliche Einigkeit der beiden Partner ist im Falle von Lowell ideell und programmatisch. »I like ideas and I like people 'cause they have ideas«, sagt er und führt aus, weshalb Arbeitsbündnisse auch dann enden können, wenn langfristige Beziehungen das Ziel sind. »And if they want to change that's fine, you know, they should, they can change. But I think I'm allowed to change too. So, I don't have to *just* do what they want me to do. If I'm not committed to it I can say, ›Well, I'm out too.‹ And that's how mutable things are.« Die »Ehe der Ideen« und »der Visionen« mit dem Künstler, wie die in London ansässige Carrie Whitehead (Kapitel 5.3.3) die Beziehung auf den Punkt bringt, ist bezüglich des Arbeitsbündnisses ein Merkmal des kuratierenden Typus. Insofern kann eine solche »Ehe« Lowell nicht daran hindern (ähnlich wie Pride), Arbeitsbündnisse einseitig aufzulösen, wenn ihm Kongenialität nicht mehr gegeben

scheint. Den Künstlern bringt er »ein hohes Maß an Respekt« entgegen und weniger wahlverwandtschaftliche Zuneigung. In einem Interview berichtet Lowell 2012, wie die Galerie ihre Beziehung zu mehreren Künstlern »auf ruhige Weise/diskret« und »so elegant wie möglich« abgebrochen und so im Hinblick auf den Umzug in die neuen, wesentlich größeren Räumlichkeiten »klar Schiff gemacht« habe.

Umgekehrt schildert Stanley Lowell wie kaum ein anderer der 23 Fälle des Samples die Rekrutierung von Künstlern analog zum Arbeitsbündnis, das »Beziehungsarbeit« erfordert, als eine Anstrengung, die Hartnäckigkeit voraussetzt. Auf das Problem der Entdeckung von Künstlern in einem frühen Stadium der Galerie angesprochen, berichtet Lowell nicht etwa von Erkundungen, sondern kommt auf die besondere Schwierigkeit zu sprechen, in New York »wichtige« Künstler zu finden, da viele schon »platziert« seien. »We were very active and aggressive in pursuing certain artists that I think are important and that I would like to work with.« Lowells Rede von der beharrlichen Annäherung an einen Künstler verweist per se schon auf dessen – bereits etablierte – Position im Feld (es ist viel weniger wahrscheinlich, dass ein Künstler ohne Galerievertretung ein Angebot ausschlägt). Auch in diesem Zusammenhang ist der umworbene Künstler für Lowell indirekt in seinem Werk objektiviert von Bedeutung und nicht als ganzer Mensch, dessen Gesellschaft Lowell ebenfalls schätzen könnte. Entsprechend muss der Künstler im wiederholten »Gespräch« rational vom ideellen und strategischen Passungsverhältnis mit der Galerie, das Lowell behauptet, überzeugt werden: »So, you know, over a long period of time and a lot of conversations and a lot of follow-up we pursued artists. And, gradually, we got a number of those artists, and they joined the gallery, and they came from other situations or they changed their situation. So, we were very active in that way.« Zu einer Versachlichung des Arbeitsbündnisses kommt es in der Berufspraxis gerade jener Galeristen, die ihr Programm ausbauen und/oder deren Künstler erfolgreich sind, auf Dauer meistens zwangsläufig. Große Teile des Arbeitsbündnisses werden an das in diesem Fall zusätzlich benötigte Galeriepersonal (die *directors*) delegiert (dies gilt nebst Lowell unter anderem auch für die Betriebsführerinnen Ida Haufler, Marie Feldmann und Diane Shelley oder die Kuratierende Edna Pride). Bei Lowell jedoch scheint Sachlichkeit in Bezug auf das Arbeitsbündnis von Beginn an gegeben zu sein.

Durchblick

Den Erfolg seiner Arbeit – ein intellektuell rigoroses Programm, das symbolisch und ökonomisch validiert ist – führt Stanley Lowell wesentlich auf seine Integrität zurück, d. h. auf seine Passion und die kompromisslose Verbindlichkeit seines dauerhaften Dienstes an der Kunst und am Künstler. Einen weiteren wichtigen Grund sieht er in der Verbindung zweier »Traditionen«: von europäischer Gelehrsamkeit und europäischem Raffinement einerseits und amerikanischer Geschäftstüchtigkeit und Direktheit andererseits. »We have more critical credibility, you know, we got it up the wazoo«, sagt er salopp. »We don't need any more of that.« Pragmatisch (und strategisch) ist Lowell wiederum, weil er sich in eine Position begeben hat, in der er sich als »Europäer« im Vergleich zu den Amerikanern im Vorteil wähnt. Die geringe Zahl US-amerikanischer Künstler im Programm führt er auf seine europäische Herkunft zurück. »I come from a very European background. And I think coming to America, you know, the fact of the matter is I can't compete with the Americans at their own game. Therefore if I can't do it as well as they can, why bother doing it? But I can do other things better. And if you look at the American artists that we work with, I think, you'll see that most of them have big careers in Europe.« Lowell expliziert anhand der martialischen Metapher des »Brückenkopfs« die Funktion, die Galerien in New York für europäische Künstler typischerweise erfüllen: »It's like, you know, when you land on the beach at Normandy, you know, they're in the back and we do all hard work, and they come, just walk across our backs and land on the beach.« Was er als seine Tugendhaftigkeit betrachtet und für im Feld nahezu einzigartig hält – Treue, Verlässlichkeit und Leidenschaft für die Kunst –, grenzt Lowell vom Primat der effizienten Vermarktung ab, das er bei vielen seiner Kollegen vorherrschen sieht. Überhaupt zeichnet er im Unterschied zu Edna Pride ein unerfreuliches Bild des Kunstfeldes – »a pretty dog eat dog world«, so Lowell. In diesem »extrem schwierigen« Umfeld kämpft jeder gegen jeden; Affinitäten bilden tendenziell die »Ausnahme« von der Regel. Behauptungen, seine »Industrie« sei besonders kollegial, tut er als »Lärm« und »Plattitüden« ab. »It's not even a particularly pleasant industry to work in, frankly.«

Den raschen Absatz setzt Lowell mit Seichtheit und Schnelllebigkeit gleich. Krisen am Markt betrachtet er als reinigende Korrekturen. Auf ökonomischen Gewinn zu spekulieren und das Risiko zu meiden, hieße, die Passion zu verraten und gegen seine Pflichten zu verstoßen. »I mean, if you look at the program of the gallery, it's not a straight-forward commercial program. I mean, I think we function a bit more like a private foundation.« Die Kunst

kommt vor dem Geld. Zuerst werde das ambitionierte Projekt in der Galerie realisiert und erst dann über dessen Finanzierung nachgedacht: »We make very large scale, very demanding installations. And we figure out how to pay for it afterwards. I mean, our commitment is to the artist and the artist's vision.« Gerade angesichts dessen, dass er auch ökonomisch reüssiert (so sind seine neuen Räumlichkeiten mit einer Fläche von rund 2 000 Quadratmetern auch für die Verhältnisse in Chelsea riesig), ist Lowells prononcierte Distanzierung von der kommerziellen Verwertung von Kunst überzogen. Die Behauptung, erst im Nachhinein zu rechnen, ist nicht plausibel und entspricht eher dem Deutungsmuster der kompromisslosen (»weltfremden«) künstlerischen Praxis, würde eine solche Maxime doch zum Bankrott der Galerie führen (Selma Sharrock, ebenfalls eine kuratierende Galeristin, kokettiert nachdrücklich mit ihrer angeblichen geschäftlichen Fahrlässigkeit). Vielmehr kommt darin Lowells Bedürfnis zum Ausdruck, als ausschließlich der Kunst verpflichteter, verlässlicher Verbündeter und beteiligter Partner des Künstlers zu gelten (»wir machen […] Installationen«, sagt er) – und wohl auch ein gewisses Unbehagen ob des ökonomischen Profits, der ihn längst zum Millionär gemacht hat.

»You path your way through the market, you sift.« – Stanley Lowell versteht sich als luziden Akteur mit Durchblick, der die Gesetzmäßigkeiten kennt, die das Kunstfeld strukturieren, begründet aussortiert (»siebt« und »ediert«) und begründete Prognosen wagt. So ist für ihn etwa sonnenklar, weshalb im Gegensatz zur Musik- und Filmindustrie die seinige – er bezeichnet sie an dieser Stelle als Industrie – floriert. Sie kontrolliere ihr »Inventar«, lautet seine Erklärung, d. h., das dem Kunstfeld eigene Strukturprinzip des Unikats verhindert die kontinuierliche Wertminderung durch die Kopie, der viele Erzeugnisse der Kulturindustrie wegen ihrer unbegrenzten digitalen Vervielfältigung seit den 1990er Jahren unterworfen sind. Auch dem Prinzip der leiblichen Kopräsenz, das er nicht nur auf Kunstwerk und Betrachter bezieht, sondern ebenso auf die Interaktionen der Feldakteure, d. h. Produzenten, Vermittler und Abnehmer, attestiert Lowell trotz Internet unveränderte Wirkmächtigkeit: »You gotta be in the room. […] We are still involved in a world, thank God, where standing in front of the object is important. Or standing in front of, you know, the collector or being in the studio or having that face time is important.« Leibliche Kopräsenz bedeutet für Lowell und seine Delegierten denn auch unablässiges Reisen. Im Sommer 2009 (mitten in der größten Rezession seit der 1929 einsetzenden Weltwirtschaftskrise) besucht er innerhalb eines Monats auf der nördlichen Hemisphäre insgesamt

neun Destinationen. »There are four directors in this gallery. They're all earning more money than is good for them, and they're all on planes constantly. One of them is today in Kansas City. We're all travelling constantly. You know, in August, which is the month I'm supposed to be off, I was in Mexico City, Havana, Shanghai, Hong Kong, Beijing, Stockholm, Paris, London and Berlin.«

Genauso wie er bildende Kunst systematisch von anderen künstlerischen Erzeugnissen zu unterscheiden und daraus eine optimistische Prognose zur Zukunft seines Berufs abzuleiten weiß, versteht es Stanley Lowell auch, schlüssig darzulegen, weshalb das Vordringen der Auktionshäuser in den Primärmarkt die Galerie als solche nicht überflüssig macht: Sie fänden und unterstützten die Künstler nicht und hätten keine »Beziehung« zu ihnen. Sie leisten also keine Innovation und bieten kein langfristiges Arbeitsbündnis, das für die Entfaltung einer künstlerischen Praxis unabdingbar ist. Überhaupt sieht Lowell gänzlich konträr zur Vorhersage vom Ende der Programmgalerie[311] deren Existenz in keiner Weise gefährdet. Er diagnostiziert ganz im Gegenteil eine seit den 1960er Jahren anhaltende »enorme Machtverschiebung« zugunsten der Galerie, weil sie Aufgaben der Kritik, der nichtkommerziellen Schauräume und selbst der Kuratoren übernommen habe. Während ein paar Straßenzüge entfernt Lena Crumb die Orientierung schwer fällt und sie gemäß dem Prinzip des *trial and error* verfährt (Kapitel 5.1.2), setzt Lowell, um im zunehmend unübersichtlichen und komplexen Gefüge des Feldes relevante Kunst zu finden und sie am richtigen Ort unterzubringen, auf seinen scharfen Verstand. Dabei führt er die größere Komplexität der Aufgaben, die sich ihm stellen, wiederholt in erster Linie auf das Wachstum der Kunstproduktion und des Marktes sowie die territoriale Expansion des Feldes zurück: mehr Kunst, mehr Akteure, mehr Geld (auf kurzfristigen, maximalen ökonomischen Profit zielendes Handeln hält er hingegen für eine Konstante im Feld). Der Anspruch der begründeten Auslese – sowohl des Künstlers als auch des Sammlers –, eines analytischen, gleichsam zum Wesentlichen durchdringenden Blicks auf Kunst und Feld, verbindet ihn mit den Betriebsführerinnen Ida Haufler und Marie Feldmann (Kapitel 5.1.1). Stärker als bei Edna Pride und diesbezüglich Selma Sharrock ähnlich ist bei Lowell das Selbstverständnis der Koautorschaft ausgebildet. Von der reflexiven Praxis des Konzeptkünstlers Emmett Cole (Kapitel 5.2.3) unterscheidet Lowell, dass er Antworten bzw. Lösungen parat hat, wohingegen Cole die

311 Graw 2008: 124–128.

Fragen interessieren. Anders als die zum Fatalismus neigende Crumb zeichnen Lowell ein Überlegenheitsgefühl und die Vorstellung aus, innerhalb des Galeriewesens eine Sonderposition einzunehmen (dies gilt auch für Pride). Daraus schöpft er eine zuversichtliche Prognose zum Ausgang des Kampfs um die Durchsetzung legitimer Kunst. Stanley Lowell weiß, was sich – gewissermaßen durch einen natürlichen Selektionsprozess – auf Dauer durchsetzen wird, und wähnt sich am richtigen Ort.

5.3.3 Von der künstlerischen zur kuratierenden Praxis

> You want to represent people, as with marriage of any sort, that you care about, that you really have some feeling for and some empathy for. And it doesn't mean that you agree on every topic. But you have to see it that, yes, there's a kind of marriage of ideas, marriage of vision, marriage of approach, that they allow you to show something that expresses what the gallery's principles are (Interview Carrie Whitehead, 2010).

Die Londoner Galerie von Carrie Whitehead beginnt in den 1980er Jahren als »Projektraum« (»project room«), den die ungefähr dreißigjährige Kunsthochschulabgängerin in einem »heruntergekommenen« Reihenhaus eröffnet, das sie schon als Studentin bewohnt hat. Whitehead vertritt keine Künstlerinnen und finanziert den unter einem Kunstnamen laufenden Ausstellungsbetrieb (vermutlich überwiegend) mit Subventionen. »It was really like not a gallery«, sagt sie, »and I was not seeing myself as a dealer in those days. I was a gallerist, I was a curator. I was fascinated by a lot of things to do with presenting art in a very open way.« Whitehead ist nicht bloß die Kuratorin ihrer eigenen Räume. In England organisiert sie zudem bis in die 1990er Jahre in nichtkommerziellen Schauräumen Ausstellungen, gestaltet Radiobeiträge und ist publizistisch tätig (ob sie auf diese Weise anfangs zusätzliche Einkünfte für die Finanzierung der Galerie generiert, ist nicht klar; Whitehead erwähnt 1999 ihre eigenen Unternehmungen, »my own endeavors«, die sie nicht weiter spezifiziert, als eine der beiden Geldquellen). Erst nach mehreren Jahren geht sie von der projektorientierten Arbeit zu einem Galeriebetrieb mit festem Programm über. Seit der Jahrhundertwende ist die Galerie, die mittlerweile den Namen der Galeristin trägt und drei Vollzeit- sowie zwei Teilzeitangestellte beschäftigt, nach einigen Ortswechseln in einem ehemaligen Fabrikgebäude in einem historischen Arbeiterviertel Londons unterge-

bracht. Das Programm besteht aus 33 Künstlerinnen (2018 aus 42), davon etwa die Hälfte Briten und ein Viertel Amerikaner.

Carrie Whitehead, die Enkelin von Einwanderern, ist in einer nordamerikanischen Großstadt aufgewachsen. Whitehead hielt sich im Interview mit biografischen Daten zurück. Gestützt auf jene, die ich direkt bei ihr erhoben habe, einen Eintrag in einem *Who's Who* von 2002 sowie Medienberichte (einschließlich eines Interviews mit Whitehead von 2009) lässt sich sagen, dass ihre Vorfahren vor dem Ersten Weltkrieg aus Osteuropa in die USA immigrierten und sie mindestens ein Geschwister hat. Nicht abschließend verifizieren lässt sich hingegen, ob es sich bei ihrem Vater tatsächlich um einen Ingenieur handelt und ob dessen Vater sich vom Angestellten in der Textilindustrie zum Unternehmer emporgearbeitet hatte (Whitehead sagt 2009 bloß, sie stamme von Pionieren ab, und deutet einen sozialen Aufstieg in der familialen Generationenfolge an). Whitehead berichtet im Interview von der großen Wertschätzung für die Künste in ihrem Elternhaus, von gemeinsamen Museumsbesuchen, von der elterlichen Liebe zu Musik, Oper und Ballett und von einem anregenden schulischen Umfeld, das den Wunsch, Künstlerin zu werden, aufkeimen lässt.

Nach dem Studium, in welchem sie künstlerische Praxis und Kunstgeschichte mit Psychologie und Literaturwissenschaften kombiniert, begibt sich Whitehead Mitte der 1970er Jahre zusammen mit ihrem Gatten auf eine längere Europareise und wird schließlich in London wohnhaft, wo sie das Punkmilieu fasziniert (wann die inzwischen aufgelöste Ehe geendet hat, ist nicht bekannt): »I was going to every concert you could possibly go to and soaking up the atmosphere which I found quite both terrifying and exciting.« Auch die Zeit nach dem Kunststudium in London beschreibt sie als anhaltende Immersion in einem nonkonformistischen Milieu. »I was hanging out in the Post-punk scene and just seeing that I could kind of make do and get by and enjoy being here.« Im Unterschied zum Etikett »Punk« (das sowohl eine Subkultur als auch die damit assoziierte bzw. daraus hervorgehende Musik bezeichnet) benennt »Post-punk« eindeutig Musik, die sich darüber hinaus durch experimentelle Züge und insbesondere in der amerikanischen Ausprägung des No Wave durch einen Bezug zur Avantgarde des Kunstfeldes auszeichnete.[312] Whitehead ist weniger Protagonistin des Milieus als dessen Beobachterin und privilegierte Zeugin. »So I found myself in very close proximity to Vivienne Westwood Shop, Boy, watching people walk up

312 Vgl. Hecken 2017; Hornberger 2017.

and down King's Road in the most exciting period to be doing this.« Nach New York geht sie, »to experience Studio 54, the Danceteria, CBGB's, the Mudd Club, seeing The Clash play live in New York, seeing all these bands, watching, you know, Patti Smith, et cetera.« In diese Latenzzeit muss auch ihre eigene künstlerische Praxis fallen. Anders als bei früheren Gelegenheiten thematisiert Whitehead diese im Interview von 2010 allerdings nie. Noch 2005 spricht sie in einem Medieninterview rückblickend von der »schmerzlichen« Einsicht, keine Künstlerin mehr zu sein. In einem weiteren Interview distanziert sie sich explizit vom Konzept der Produzentengalerie (*artist-run space*): Sie habe sich damals entschlossen, sagt sie 1999, nicht Künstlerin zu sein, um den Schauraum zu betreiben. Für Whitehead schließen künstlerische und kuratierende Praxis einander aus.

Projektraum

Der Einfluss des Punks auf die Anfänge von Carrie Whitehead als Galeristin bezieht sich vor allem auf dessen Geist des *Do it yourself* (DIY), der gerade auch Produktion und Vermittlung der von ihr geliebten Musik prägte (das Wohnzimmer als Aufnahmestudio, der private Keller als Konzertlokal, selbstveröffentlichte Musik, selbstproduzierte Zeitschriften). Dabei spielt weniger die Affirmation von Autonomie eine Rolle als die charismatisierende Selbstermächtigung zur Eigeninitiative und das Selbstvertrauen bzw. Selbstverständnis, trotz bescheidener Ressourcen Dinge von Belang zu schaffen. Whitehead betont denn auch: »I think, very early on, regardless of the music and the Punk situation, the work I showed was very serious.« Dies bedeutet zum einen, sich vom Dilettantischen und Unfertigen zu distanzieren, das mit dem DIY assoziiert wird. Zum anderen ist ihre kuratierende Praxis trotz ihres mehrjährigen Aufenthalts in London kaum der lokalen oder regionalen Kunstproduktion verpflichtet. Whitehead ist im frühen Stadium der Galerie gerade nicht besonders darauf aus, unbekannte Positionen zu entdecken (die Galerie soll »international« sein und Whiteheads Wertschätzung historischer und etablierter Positionen gerecht werden). Sichtbar machen möchte sie Kunst, die es vor Ort bzw. in England noch nicht ist, deren Rezeption jedoch andernorts bereits angestoßen worden ist. Sie wählt aus, was ein informiertes Publikum als relevant bzw. legitim wahrgenommen hat: »Setting up the gallery in this derelict Victorian terraced house, it suited the times and it suited the kind of sense that anything could be possible. But the art that I was really interested in was already art that was big, thought about and

looked at and taken seriously within the art milieu.« Whitehead fokussiert auf etablierte und sich im Verlauf der 1980er Jahre etablierende amerikanische und kontinentaleuropäische Positionen. Dabei profitiert sie wie andere frühe Galerien in London von der noch geringen Präsenz internationaler Gegenwartskunst an der Themse (vor den Young British Artists). Insofern ist Whitehead mit einer ganzen Reihe europäischer Galeristen vergleichbar, die durch die frühzeitige Vermittlung neuer deutscher oder amerikanischer Kunst, die bereits zum festen Programm anderer (deutscher oder amerikanischer) Galerien zählten, eine mächtige Position im Feld erlangten; so Bruno Bischofberger in Zürich (ab 1963), Yvon Lambert und Daniel Templon in Paris (beide ab 1966) sowie Anthony d'Offay in London oder Marie Feldmann (Kapitel 5.1.1) in den 1980er Jahren. Doch im Unterschied zu den (Arbeitsbündnisse pflegenden) Galeristen ist das Kapital, das die ausschließlich inhaltlich vermittelnde Whitehead akkumuliert, fast nur symbolisch (sozial ist es von der unverbindlicheren Sorte; es fehlen die dauerhafte Beziehung zur Künstlerin und die physische Vermittlung des Kunstwerks, was Vertrauen des Käufers in die Vermittlerin bedingt).

Die Transformation zur Galerie erfolgt im Kontext der Ende der 1980er Jahre einsetzenden Rezession – ein »sehr schwieriger Moment«, so Carrie Whitehead 2009 – und führt zu einer inhaltlichen Neuausrichtung ihrer Arbeit. Sie geht dazu über, junge (oft britische) Künstlerinnen zu rekrutieren. Whitehead erklärt zwar, sie habe immer schon regelmäßig mit einzelnen Künstlerinnen zusammenarbeiten wollen. Als wichtigen, auslösenden Moment im Hinblick auf die Transformation zur Galeristin bezeichnet sie Begegnungen mit Künstlerinnen, für deren Vermittlung sie sich besonders geeignet fühlte: »One of the things that was very apparent to me is that I could play a role and I could feel involved with really promoting them through something, making something happen for them that was connected to their practice, really involved with making their art.« Doch bleibt Whitehead zu diesem Zeitpunkt wohl tatsächlich nichts anderes übrig, als auf sogenannte emergierende Künstlerinnen zu setzen, da die Kunst, die sie in den ersten Jahren zeigt, häufig längst zum Programm anderer europäischer Galerien gehört (etwa jener von Feldmann). Der sozusagen verzögerte Berufseinstieg über die Funktion als Kuratorin hat denn auch zur Folge, dass nur die wenigsten Künstlerinnen des Galerieprogramms aus ihrer Generationslagerung stammen. 2010, über zwanzig Jahre nach der Eröffnung des Schauraums, sind mehr als zwei Drittel mindestens zehn, gut die Hälfte mindestens 15 und über ein Viertel mindestens zwanzig Jahre jünger als

die Galeristin; genau ein Künstler ist (deutlich) älter als sie. Wahlverwandtschaftliche Verhältnisse können unter solchen Bedingungen kaum entstehen (2018 hat Whitehead vier Künstlerinnen im Programm, die älter sind als sie, sowie sechs in ihrem Alter).

Aus der Konversion von der Künstlerin zur Kuratorin resultiert bei Carrie Whitehead einerseits (wie bei Lowell) ein gesteigertes Bedürfnis, an der Hervorbringung der präsentierten Kunst teilzuhaben, andererseits (wie bei Pride) das Selbstverständnis, einen Bildungsauftrag wahrzunehmen. Whitehead versteht sich ein Stück weit als Koautorin der Ausstellungen in ihren Räumen, und sie begreift sich als Erzieherin, die das Publikum an relevante Kunst heranführt (dies freilich über die Anfangsphase als reine Kuratorin hinaus, während der sie an der noch peripheren Lage des Nordwestens auswärtige Gegenwartskunst importiert). »Projektraum« impliziert demnach, dass Whitehead eng an den künstlerischen »Projekten« in ihrem Haus beteiligt ist, sie diese zusammen mit den Künstlerinnen realisiert. »There were a variety of people who would make projects with me«, sagt sie (zusammen mit ihr also, und nicht etwa bloß in ihren Räumen) und erwähnt an einer anderen Stelle, wie wichtig ihr der Moment der Hängung war – sie ihr nicht einfach beratend beiwohnte, sondern aktiv am Aufbau der Ausstellung mitwirkte: »I loved installing art.« Als gebildete und bildende Kuratorin, die als Expertin (»with knowledge and authority«) über Kunst spricht, »zeigt« sie und »weist« sie das Publikum auf Sehenswertes »hin«: »The situation here at that time was not about the selling of art. It was really much more about showing things. I had some grant funding and I was really embarking on a project that was very much about curating and indicating things, about what we might look at, what might be interesting to an audience here.«

Die langsame Transformation von Carrie Whitehead zur Galeristin fällt paradoxerweise in die Zeit des »curator's moment« (Brenson) in den 1990er Jahren. Statt im expandierenden Biennalewesen ein Betätigungsfeld zu suchen, geht sie den umgekehrten Weg und beschränkt sich auf gewisse Positionen, um dafür die Zusammenarbeit zu verstetigen und ihren Einfluss auf die Vermittlung zu vergrößern. Dass Whitehead die Vergangenheitsform verwendet, wenn sie auf ihre Zeit als reine Kuratorin zurückblickt, ist sachhaltig. Gleichwohl handelt es sich bei den beiden thematisierten Tätigkeiten (eine Ausstellung aufbauen, das Publikum auf ausgewählte Kunst aufmerksam machen) um solche, die gerade auch die Berufspraxis einer Galeristin definieren. Die beiden Interviewsequenzen markieren eine Verschiebung im Selbstverständnis Whiteheads. Mit der Delegierung von Aufgaben hat sich

einerseits eine größere Distanz zum konkreten, physischen Aufbau einer Ausstellung eingestellt; statt auch noch Hand anzulegen, wird Whitehead ausschließlich kuratieren. Andererseits geht es ihr unterdessen weniger um die punktuelle Unterweisung eines noch wenig kundigen Publikums als darum, in der Art einer Verlegerin durch die Erzeugnisse langewährender Arbeitsbündnisse hindurch auch eine dauerhafte Spur – eine Art Vermächtnis – ihrer Praxis zu hinterlassen: »So, it wasn't just the curating that interested me«, sagt Whitehead mit Blick auf die Transformation des Schauraums zur Galerie. »Though that's generally where I love, you know, to involve myself. It was also the sense that you could have something remain in the world with a kind of continuity. And, I guess, this is really what I wanted to emphasize.« Eine solche Spur hinterlassen kann in der Wahrnehmung Whiteheads nur die Galeristin, die sich über die Auswahl und Ausstellung von Kunst hinaus auch ihrer warenförmigen Vermittlung annimmt und so die Destination der Werke beeinflusst und die Konsekration künstlerischer Positionen anstiftet.

»Marriage of ideas«

Das Arbeitsbündnis, das Carrie Whitehead skizziert, ist ein ideelles Bündnis, das zuvorderst auf geistigen Affinitäten basiert. Anteilnahme und Verständnis (»empathy«) beziehen sich nicht so sehr auf die Lebenspraxis einer Künstlerin – im Sinne einer diffusen wahlverwandtschaftlichen Zuneigung – als auf deren künstlerisches Werk (1995 schreibt Whitehead in einem Beitrag zur Frau als Galeristin, sie könne genauso viel von den Künstlerinnen lernen wie diese von ihr). »This is a kind of commitment to his practice«, sagt Whitehead vom Arbeitsbündnis mit einem für den Turner Prize nominierten Künstler. Das Verständnis von »Ehe« im Sinne von Kongenialität wird auch im Verlauf einer Interviewsequenz manifest, in der die künstlerische Praxis bzw. die Rolle der Künstlerin als Produzentin die Künstlerin als ganzen Menschen als Objekt der Empathie von Whitehead gewissermaßen ablöst: »If you're going to represent someone, you have to feel a certain empathy with them. You don't always have to be their best friend. But you do have to feel an empathy with what it is they want to say to the world.« Die »gewisse Empathie« ist ideell; sie bezieht sich letztlich darauf, was die Künstlerin schafft (2008 spricht Whitehead von einem intimen Verhältnis, von einer Nähe zum Werk der Künstlerinnen, die ihr als Kuratorin verwehrt bliebe.) Diffuse, enge Verhältnisse sind insofern eher unwahrscheinlich, als es meistens die Galeristin ist, welche die Künstlerin ausliest. Aus der Notwen-

digkeit übereinstimmender »Ideen« und einer übereinstimmenden »Vision« zwischen Galeristin und Künstlerin schließt Whitehead, dass sie sehr sorgfältig auswählen muss. »So, the people I pick, I pick very carefully.«

Abgesehen von den Unwägbarkeiten, die eine Beziehung mit diffusen Anteilen impliziert, birgt die Rekrutierung von Künstlerinnen a priori stets das Risiko einer scheiternden künstlerischen Praxis und/oder einer Falsifizierung der (optimistischen) Prognose der Galeristin. Whitehead scheint aber zu unterstellen, dass sie wie eine Kuratorin herausgefunden hat, was ihr »etwas bedeutet«, bevor sie die Künstlerin die Galerieräume gemäß ihren Vorstellungen bespielen lässt. »[P]eople running galleries […] want to work with things that means something to them, which then, when they present to the world, are partially what the artist is wishing to say, but also what they are wishing to have the world see in their own space.« Es ist tendenziell die Künstlerin, die zur Galeristin passen und als eine Art Medium der Galerie bzw. der »Vision« der Galerie im Einklang mit deren übergeordneten »Prinzipien« handeln muss. »They allow you to show something that expresses what the gallery's principles are«, sagt Whitehead von den Künstlerinnen im Programm. Hat sie ihre Auswahl einmal getroffen, wird Whitehead zur kongenialen und einfühlsamen Gefährtin der Künstlerinnen, die in der Lage ist, deren Wesen (»their nature«) – einer gleichsam besonderen Spezies Mensch (»people«) – zu erfassen und dadurch die Vollendung eines künstlerischen Projekts ermöglicht: »These people are trying to do something. They have a certain energy. They're trying to express something. And if you are an enabler and you are helping them to have a platform to do this, often it has to be that you really understand something deeply about their nature and that you are as committed to installing work in the way that the artist would like.« (2009 spricht Whitehead von einer »Partnerschaft« zwischen ihr und den Künstlerinnen, in deren Rahmen »etwas zusammen auf die Welt gebracht« wird.)

Die Auffassung, dass der Galeristin eine wesentliche Rolle bei der Hervorbringung von Kunst zukommt, erschwert Carrie Whitehead die Delegierung der Arbeitsbündnisse. Sie beschäftigt nicht viel Personal und bloß zwei *directors*. »But in terms of my contact with artists«, sagt sie, »it's often very direct«, und deutet damit an, dass die direkte Interaktion zwischen Galeristin und Künstlerin – nach zwei Jahrzehnten im Geschäft und mit konsekrierten Positionen im Programm – nicht (mehr) selbstverständlich ist. »And I like having contact with the artist«, fährt sie fort. »I don't wish only to delegate to the point where I'm no longer approachable by the artist.« Denn der beträchtliche Aufwand, den nicht bloß die beharrliche Sichtbarmachung neu-

er Kunst, sondern insbesondere auch die Begehrtheit etablierter Kunst im Programm bei Sammlern, Schauräumen und Biennalen verursacht, zwingt eine Galeristin dazu, mehr als nur die administrativen Arbeiten auf anderes Galeriepersonal zu verteilen, will sie nicht Gefahr laufen, erfolgreiche Künstlerinnen zu verlieren (dieses Problem stellt sich vor allem dem wahlverwandtschaftlichen Typus, der häufig gleichzeitig als *gatekeeper* des Galeriewesens fungiert). Nichtsdestotrotz ist die interne Organisation von Whiteheads Galerie bezüglich des Arbeitsbündnisses tendenziell zentralistisch. Das angestellte Personal kümmert sich um die »Dinge« (darunter sind kaum die Künstlerinnen, sondern wohl Administration, Archivierung, Transport oder Logistik zu verstehen) und hat folglich weniger inhaltlich mit Kunst oder Künstlerinnen zu tun, einer Prärogative der Galeristin: »Sometimes there are things that I cannot do, I do not do, simply because it's become so big that you have to really make sure that other people are looking after things.« Wo es um die Sache selbst geht – z. B. um »ästhetische Entscheidungen« (*sic*) oder die Selektion von in der Galerie oder an Messen zu zeigender Werke –, ist die Galeristin die maßgebliche Instanz – »the box stop is here, you know. It comes to me and it comes through me. And that's why I do it.« Für unentbehrlich hält sich Whitehead, weil an dem, was in der Galerie über das »Geschäft« hinausgeht – die Vollendung künstlerischer Projekte durch ihre Präsentation (»making them come into the world«) –, alleine sie als die kongeniale Partnerin der Künstlerin mit einem spezifischen Gespür für deren Praxis partizipieren kann. »I always say that galleries are part business, part magic. And they have a quality where, of course, people have to understand the functioning of the space as business, but it's also something more than that. Because you're really, really dealing with things that are not so tangible and making them come into the world in a more tangible way.«

Die drei porträtierten Fälle des Typus *Curating* machen deutlich, dass dieser mehr als die anderen eine Rolle im Vordergrund des Geschehens beansprucht. Er neigt besonders stark dazu, sich als Regie führender Mitgestalter zu sehen, dessen Deutung von Kunst und Welt sich in Form eines Galerieprogramms konkretisiert. Von dieser Selbststilisierung unterscheidet sich der beratende Typus, dem das nun folgende Kapitel gewidmet ist, markant. Er begreift sich zwar ebenfalls als Partner des Künstlers, jedoch in erster Linie zur verständigen Vermittlung von dessen Werk.

5.4 Beratung (Nähe mit Grenzen)

Das Selbstverständnis des beratenden Typus kommt einer professionalisierten Berufspraxis am nächsten; die spezifischen, rollenförmigen und die diffusen Anteile befinden sich in einem relativen Gleichgewicht. Viel Empathie schließt Distanz nicht aus; die Devise ist jene der Hilfe zur Selbsthilfe. Im Zentrum steht das Gespräch – und das Zuhören – zwischen zwei autonomen, mündigen Subjekten. Der beratende Typus ist um die adäquate Platzierung der Werke bemüht, passt sich jedoch den individuellen Bedürfnissen des Künstlers an und achtet dessen Autonomie – auch um den Preis des kurzfristigen ökonomischen oder symbolischen Verlusts. Er ist Partner/Gefährte und Beistand und weiß sich als ganze Person ein Stück weit zurückzunehmen. Die vier zu diesem Typus zählenden Fälle sind zwischen 1955 und 1965 geboren und europäischer Herkunft. Drei haben die Galerie Mitte der 1990er Jahre eröffnet, einer zehn Jahre später; zwei operieren von New York, einer von China aus. Der beratende Typus ist das Kind eines beruflich Selbstständigen – konkret sind dies ein Anwalt, ein Industrieller der zweiten Generation im Luftfahrtbereich, ein Künstler sowie (einmalig im Sample) ein Kunsthändler der dritten Generation, der eine Kunsthändlerin geheiratet hat. Die Mütter haben an einer Hochschule studiert oder eine Berufslehre absolviert. Wie je ein Fall des betriebsführenden (Marie Feldmann) und wahlverwandtschaftlichen Typus (Klaus Mahall) wurden demnach zwei weitere Fälle gewissermaßen in das Kunstfeld hineingeboren (Avery und Pitsch, Kapitel 5.4.1 bzw. 5.4.3). Der Typus hat Kunstgeschichte studiert und im reinen Kunsthandel und/oder in einer Galerie als Delegierter gearbeitet, bevor er sich selbstständig macht. Bloß fünf Fälle des Samples haben zuvor den reinen Handel (einschließlich des Auktionswesens) kennengelernt; drei davon zählen zum Typus Beratung. Bei den beiden anderen Fällen handelt es sich um eine Vertreterin des Typus Betriebsführung (Lena Crumb, Kapitel 5.1.2, deren Eltern Impressionisten sammelten) und einen Vertreter des Typus Wahlverwandtschaften (Mahall, Sohn eines konsekrierten Künstlers und der jüngere Bruder eines reinen Händlers).

Das Programm der vier Fälle zählt zum Zeitpunkt des Interviews 19 bis 50 Künstler, 2018 sind es 23 bis 60. Bezüglich des durchschnittlichen Umfangs des Programms (zwischen 25 und 28 Künstler) weichen die vier Typen zum Zeitpunkt des Interviews nicht wesentlich voneinander ab; 2017 liegt der kuratierende Typus mit unverändert 25 Künstlern markant tiefer als die anderen, bei denen es im Durchschnitt zwischen 31 und 38 Künstler

sind. Der in Bezug auf das Betreuungsverhältnis und die Position der Galerie im Feld aussagekräftigere Personalbestand ist bei den Galerien des kuratierenden und des beratenden Typus mit durchschnittlich rund elf Personen in etwa gleich und damit fast doppelt so hoch wie jener von Galerien des wahlverwandtschaftlichen Typus; beim betriebsführenden Typus liegt er bei über 13 Personen. Hinsichtlich des in Kapitel 5.2 einleitend angedeuteten Betreuungsverhältnisses fallen die deutlich geringeren personellen Ressourcen des wahlverwandtschaftlichen Typus auf. Das Betreuungsverhältnis liegt beim Typus Betriebsführung bei durchschnittlich 2 Künstlern pro Galeriemitarbeiter (Galerist/en eingerechnet), beim Typus Wahlverwandtschaften bei 4,3 Künstlern, beim Typus *Curating* bei 2,2 Künstlern und beim Typus Beratung bei 2,7 Künstlern pro Galeriemitarbeiter.

5.4.1 Konversation

> Who says that because you make the work, and you show it, that all those other things are gonna happen? Not necessarily. So, you almost feel sometimes that the fact that people are showing in a gallery is almost worse. Because if they were one step behind and didn't have the gallery they would be saying, »My problem's I don't have a gallery. If I *only* had a gallery I would be fine.« But having a gallery just is a different sort of problem
> (Interview Frances Avery, 2010).

Dynastische und kosmopolitische Konstellationen

»My background is in old masters«, antwortet Frances Avery auf die Frage, wie es dazu kam, dass sie Galeristin geworden ist und sich für Gegenwartskunst einsetzt. In die bildungs- und berufsbiografische Erzählung, mit der sie anschließt, flicht sie bald den Hinweis ein, dass sie mit dem Umfeld des Handels mit »alten Meistern« (also mit Kunst des 14. bis 18. Jahrhunderts) nicht bloß aufgrund einer Ausbildung vertraut war. Mit »Hintergrund« ist ebenso ihre Herkunft gemeint – »my family's business was in old masters«. Väterlicherseits entstammt Avery einer südeuropäischen Kunsthändlerdynastie, die bis ins 19. Jahrhundert zurückreicht. Ihre jüngere Schwester, die auf Vertreter der klassischen Moderne spezialisiert ist, führt die Tradition des reinen Handels in der vierten Generation weiter. Eine deutlich jüngere Halbschwester arbeitet als Grafikerin in einem Kunstmuseum. Auch die Mutter

von Avery, Tochter eines amerikanischen Bergbauindustriellen, handelte, bis sie Hausfrau wurde, von New York und Paris aus mit Kunst. In der französischen Hauptstadt, wo sich die Eltern möglicherweise begegnet sind, kommt Avery in den 1960er Jahren zur Welt. Sie wächst zunächst in Frankreich auf und verbringt ihre Jugend nach der Scheidung der Eltern zusammen mit der Mutter an der amerikanischen Ostküste (der weitere berufliche Werdegang der Mutter ist nicht bekannt). Bis Anfang zwanzig lebt Avery die meiste Zeit im historischen (Paris) und im aktuellen (New York) Zentrum des Kunstfeldes. Als Tochter von Kunsthändlern wird sie nicht nur gleichsam in das Feld hineingeboren. Kunst ist für Avery zudem von Beginn an stets auch ausgeprägt im Lichte ihrer Warenförmigkeit thematisch und, da die Eltern mit konsekrierten Werken handeln, mit einem retrospektiven Blick assoziiert. Die merkantile Tradition der Familie vermittelt ihr einen nüchternen, unsentimentalen Blick auf die Produktion und Vermittlung von Kunst. Das berufliche Milieu insbesondere des Vaters (des *marchand-négociant*), den sie als Teenager häufig zu Auktionen begleitet, charakterisiert Avery als »a very male-dominated, very traditional, very closed world«.

Zu diesem Feldzugang qua Geburt hinzu kommt bei Frances Avery die im Hinblick auf eine Berufspraxis im Kunstfeld ebenfalls bedeutsame Sozialisation in einem multikulturellen, mehrsprachigen Umfeld, in dem sich nicht zuletzt auch die migrierten Eltern als Fremde zurechtfinden müssen. Kindheit und Adoleszenz sind von der Dynamik geprägt, sich auf neue Kontexte einstellen zu müssen. Das Oszillieren zwischen Kulturen und Sprachen schlägt sich bei Avery in Form einer unscheinbaren, unprätentiösen Weltläufigkeit nieder. Nachdem sie in England die Maturität erlangt hat, studiert sie in New York Kunstgeschichte (im Unterschied zu den Eltern, die beide nicht Kunstgeschichte belegt haben). Sie vertieft das Fach auf der Master-Stufe in England an einem spezialisierten prestigeträchtigen Institut und schreibt eine Abschlussarbeit zur Kunsttheorie im 19. Jahrhundert. Damit kehrt sie auch dauerhaft nach Europa zurück. Averys Bildungs- und die Anfänge ihrer Berufsbiografie signalisieren fürs Erste Kontinuität, eine Berufstätigkeit außerhalb des Kunstfeldes scheint sie schon frühzeitig nicht mehr erwogen zu haben. Die objektiven Daten lassen sich folglich dahingehend interpretieren, dass ihr Zukunftsentwurf nahtlos an die familiale Tradition anknüpft und sie sich akademisch auf den Beruf der Kunsthändlerin – und eventuell auf die Weiterführung des väterlichen Geschäfts – vorbereitet. »The minute I got my degree«, erzählt Avery, »I got a job in an old master gallery.« Das institutionelle Feld als mögliches Berufsfeld ist im Interview nicht thematisch. Ob-

wohl ihr die im vertrauten Milieu des reinen Handels herrschende konservative Weltanschauung missfällt, arbeitet sie nach dem Studium in London, das seit dem 18. Jahrhundert ein Zentrum des Kunstmarktes (insbesondere des Auktionswesens) ist,[313] trotzdem zunächst in einer renommierten Kunsthandlung und dann für einen weiteren Händler bei der Zusammenstellung einer Alberto Giacometti-Schau (sie wechselt die Stelle im Jahr, in dem die Kunsthandlung schließt).

Die familiale Tradition des Blicks in die Vergangenheit hat Frances Avery jedoch nicht davon abgehalten, sich auch für die Kunst der Gegenwart zu interessieren. »I didn't like the disinterest in contemporary culture«, meint sie in Bezug auf das Milieu des reinen Handels. »I'd always gone to see galleries, you know, for me, there wasn't really much of a hierarchy between what was made now and what was made then.« Mit Mitte zwanzig, etwa zwei Jahre nach ihrem Eintritt in das Erwerbsleben, zieht sie in die Heimat des Vaters, eine südeuropäische Wirtschaftsmetropole, und wendet sich der Gegenwartskunst beruflich zu. Gelegenheit dazu bietet ihr das Angebot einer jungen Galerie, für diese an einer deutschen Messe zu arbeiten. Die Arbeit bereitet ihr Freude, und aus der befristeten Verpflichtung ergeben sich ein langfristiges Anstellungsverhältnis und eine private Liaison mit dem Galeristen. Sie wirkt am Aufbau des Programms mit und spielt wahrscheinlich besonders bei der Rekrutierung amerikanischer Künstler eine wichtige Rolle, die in den 1980er Jahren bekannt geworden sind. Die Galerie organisiert beispielsweise erste europäische Ausstellungen kalifornischer Künstler. »I had carte blanche in many, many ways«, erzählt Avery, die viele ihrer Ideen realisieren konnte – »but it wasn't my gallery. So, at the point, where that happened, something was taken away from me in the sense that's where it got very frustrating, of course. Because I felt that I was very, very rewarded in terms of someone paying attention to what *I* thought was interesting, but not being able to follow that through all the way.« Nachdem Avery, wie viele Galeristen, die in den angelsächsischen Zentren des Kunstfeldes sozialisiert worden sind, sich mehrere Jahre als *director* mit dem Metier vertraut gemacht hat (sie betrachtet diese Zeit rückblickend als »Lehre«), eröffnet sie schließlich ihren eigenen Schauraum. Sie ist Mitte dreißig und kehrt hierfür nach England in eine ihr vertraute Umgebung zurück. »I wanted to have more responsibility and be in the front line. […] And I knew that if I wanted to continue to work with those artists, I needed also to go somewhere

313 Vgl. Bayer/Page 2011; Fletcher/Helmreich 2011.

else.« Vom Schritt in die berufliche Selbstständigkeit verspricht sich Avery jene volle Anerkennung für ihre Arbeit als Entdeckerin und Betreuerin von Künstlerinnen, die ihr als *director* verwehrt bleibt. Der Schritt ist erneut mit einem Ortswechsel verbunden und besiegelt, so ist zu vermuten, auch das Ende der Liaison mit dem Galeristen, zu dem sie jedoch weiterhin geschäftliche Beziehungen unterhält.

Frances Avery handelt gemäß dem Prinzip der lokalen Exklusivität, die das Arbeitsbündnis zwischen Galeristin und Künstlerin mitbegründet, und knüpft in einem historisch mit der Bohème assoziierten Viertel Londons an bestehende Beziehungen an (zum Zeitpunkt des Interviews besteht das Programm der Galerie noch zu gut einem Viertel aus Künstlerinnen, die sie in den frühen 1990er Jahren als *director* rekrutiert hat). Der Standort ist auch in Bezug auf die territoriale Position strategisch klug gewählt. London hat sich in den 1980er Jahre zu einer *global city* im Sinne Saskia Sassens – einem wichtigen Zentrum der globalen Finanzindustrie[314] – entwickelt und wird im Verlauf der 1990er Jahre auch im Primärmarkt zu einem Zentrum des Kunstfeldes. Hierbei spielte ökonomisch profitable Kunst insofern eine wichtige Rolle, als die Validierung neuer britischer Positionen durch einen spekulierenden Sammler, den Werbeunternehmer Charles Saatchi, unter dem Etikett *Young British Artists* entscheidend vorangetrieben wurde (Prädispositionen zur offensiven – und wirksamen – Selbstvermarktung bestanden jedoch auch aufseiten der YBA selbst)[315]. Noch in den frühen 1990er Jahren sollen kaum mehr als zehn Galerien Gegenwartskunst angeboten haben, im Vergleich zu Hunderten zwanzig Jahre später.[316]

Rund zwei Jahre nach Eröffnung der Galerie heiratet Avery. Im Jahr darauf kommt das erste Kind zu Welt, vier Jahre später ein zweites. Ihr um einiges jüngerer Gatte hat Jura studiert und stammt aus der Heimat ihres Vaters. Er ist ebenfalls Galerist in London und betreibt sein Geschäft, das wenige Zeit vor jenem Averys eröffnet, anfangs in Partnerschaft mit einem Landsmann. Im Jahr der Geburt des zweiten Kindes, mitten im Aufschwung des Kunstmarktes, ziehen die Galerien beider Eheleute in eine Liegenschaft an einer weniger zentralen Lage um, damit sie sich größere Räumlichkeiten leisten können. Die wachsende Reputation eines Programms bzw. die Entscheidung der Galeristin, darauf hinzuarbeiten, zwingt sie in der Regel, räumlich Voraussetzungen für größere Ausstellungen zu schaffen. Die relativ periphere

314 Sassen 2001 [1991]: 195f., 284–288, 346–355.

315 www.tate.org.uk/learn/online-resources/glossary (Zugriff: 28. Mai 2014).

316 Fox 2013.

Lage, die Avery hierfür in Kauf nimmt, deutet sie gleichzeitig als Positionierung in Bezug auf das Profil ihrer Kunsthandlung. Distanz zu potenzieller Laufkundschaft wird nicht nur mittels des *white cube* hergestellt. Der warenförmige Charakter von Kunst soll dadurch in den Hintergrund treten, dass sie an einem Ort abseits der Einkaufsmeile gezeigt wird, den man dazu eigens aufsuchen muss, der einem also die bewusste Entscheidung abverlangt, den Weg zur Ausstellung auf sich zu nehmen.

> So, I feel like I am a shop. But I'm not a boutique. […] I don't see myself as being able to cater to the person that's going to buy shoes, and then there's the art gallery next door, if you see what I mean. […] Anybody, who comes here, is here because they want to be here – for better or worse. So, of course, I get a lot less visitors. I have an amazing space […] which I could never afford were I to be somewhere else. […] I've been very tempted to move to a different location, but I have to think about, you know, how the money is spent. And I don't want to put all the revenue into the rent. I much prefer to spend that on production or something else (Interview Frances Avery, 2010).

Die New Yorkerin Selma Sharrock (Typus *Curating*) äußert sich ähnlich zur territorialen Positionierung. Sie hat sich gegen einen Schauraum in Chelsea entschieden: »I'm not an art dealer, I'm a gallerist. And my problem with Chelsea was, it just seemed commodified. […] People wanna go shopping and they go to one area, they go to a mall« (Interview Selma Sharrock, 2009).

Frances Avery und ihr Ehemann präsentieren ihre Programme alternierend und parallel in zwei unterschiedlich großen Schauräumen und operieren geschäftlich unabhängig voneinander (mit dem Bedürfnis, die volle Verantwortung zu übernehmen und volle Anerkennung für ihre Tätigkeit zu finden, begründet Avery, weshalb sie nicht mit ihrem Ehemann zusammenarbeiten möchte).

Gespräch zwischen Partnern

Frances Averys Verständnis des Arbeitsbündnisses mit der Künstlerin liegt gewissermaßen auf halber Strecke zwischen zwei anderen Typen – zwischen der Funktion der Dienstleisterin (Ida Haufler, Marie Feldmann u. a., Kapitel 5.1) und der Vorstellung einer auf starken Affinitäten gründenden Beziehung, die ein Gefühl von Gemeinschaft stiftet (Rebecca Mayfield, Roland Klemperer u. a., Kapitel 5.2). Als entscheidendes Zeitfenster in dieser Beziehung betrachtet die Galeristin den Aufbau der Ausstellung in der Galerie. Sie stellt ihn als für die Künstlerin krisenhaften Moment dar, in welchem ihre

Präsenz unentbehrlich ist: »So […] that I could stay with them the whole time they were installing, and have that kind of patience to not put them under pressure, to finish or to do this or that or make decisions or that kind of stuff, or suggest putting something here rather than there or – just opening it up, so that it wasn't a rigid process, that whole setting up.« Avery bietet Hilfe zur Selbsthilfe an. Obwohl sie sich als »control freak« bezeichnet, hat sie den Anspruch, auch in diesem Moment nicht in die Praxis der Künstlerin einzugreifen. Gefragt, wie autonom die Künstlerin bei der Einrichtung ihrer Schau sei, formuliert sie eine Berufsethik, gemäß der die Autonomie des Gegenübers – auch um den Preis des kurzfristigen kommerziellen Misserfolgs – unbedingt zu achten ist. Verkauft sich die Ausstellung schlecht, so betrachtet es Avery als ihre Aufgabe – ihre Fürsorgepflicht der Künstlerin gegenüber –, diese vor dem eigenen Bewährungsdruck in Schutz zu nehmen.

Completely autonomous, but it's a conversation, *completely* autonomous – that's the whole thing. I don't say ever to anyone, ›I think we should do this.‹ I'm always, always happy for things to not work in terms of, like, sales. What I can't stand is feeling that I would ever indicate to someone that they should be doing this because they'll do better if they do that – ever. So, I have a lot of shows where we'd hardly do anything, they're not successful at all. But, I mean, if I'm prepared to handle it, I hope that helps the artist, you know, also not suffer too much. So that you can go through the different phases of somebody and that they're not asked to make a product! (Interview Frances Avery, 2010).

Das entlastende Moment, die Gelassenheit, die Avery der Künstlerin vermitteln möchte, und ihre Bereitschaft, das Risiko der ökonomischen Ineffizienz zu tragen, bedeuten für die Galeristin gleichzeitig, auch das nüchterne, »entzaubernde« Realitätsprinzip zu verkörpern. Sie hat der Künstlerin die Illusion zu nehmen, die Bewertung von Kunst sei ein mechanischer, linearer (»sequenzieller«) Prozess, der, einmal durch eine Galerieschau in Gang gesetzt, zum Selbstläufer werde. Indem sie sich weigert, diesbezüglich Versprechungen zu machen, gesteht sie ihre relative Ohnmacht als Vermittlerin ein, was bei der Künstlerin wiederum voraussetzt, dass sie die Galeristin letztlich als Partnerin, die nicht auf jedes Problem eine Lösung parat hat, akzeptieren kann und nicht eine allmächtige Managerin bzw. Agentin sucht.

I may start working with them, and their expectations are *so* high, that by working with me that'll change their life. Nothing happens, very little happens. And they're very disappointed. But it's not like they can do anything about that, because it's either me or nothing. […] My thing is that, you know, you have to be grateful that you have a venue where you can show what you're making, and that you have this oppor-

tunity to see your work outside of the place that you've made it, and that that will allow you to think about what you're making and to take you to the next step, right? I mean, this business of everything needing being sequential – that you make the work, you show it, you sell it, you have museum shows, you have reviews – is totally absurd! (Interview Frances Avery, 2010).

Das Eingeständnis der eigenen Ohnmacht bedingt nicht nur ausgeprägtes charismatisches Selbstvertrauen, sondern ist offensichtlich auch im Bewusstsein Averys über ihre Macht begründet. Ausschlaggebend für das Zustandekommen des Arbeitsbündnisses ist tendenziell die Galeristin, sie liest die noch nicht sichtbare Künstlerin aus. Künstlerinnen sollen Fehler machen dürfen; die Galeristin hat ihnen den Freiraum für Irrtümer (aus denen sie lernen können) zuzugestehen und in den eintretenden Krisen beizustehen. Nur so, scheint Avery in gleichsam mütterlicher Weitsicht zu unterstellen, kann sich eine (individuierte) autonome künstlerische Praxis entfalten. Dass Galeristen ihre Rolle diesbezüglich auch gerade umgekehrt, nämlich als die der pragmatischen, realitätsprüfenden Instanz, interpretieren können, veranschaulicht Alfred Rückert, ein New Yorker Kollege von Avery, der sich als Kurator der eigenen Räume begreift und bei der Hängung unter Umständen interveniert (vgl. Kapitel 5.4.2).

Der überwiegende Teil des je hälftig amerikanischen und europäischen Programms von Frances Avery besteht aus Künstlerinnen, die ihrer Generationslagerung angehören; gut ein Viertel der Arbeitsbündnisse existieren seit den frühen 1990er Jahren. Trotzdem deutet sie die Galeristin an keiner Stelle als besonders intime Beziehungen zwischen Verbündeten oder Komplizen, die gemeinsam eine Position im Kunstfeld erstreiten. Ein basales Passungsverhältnis stellt zwar eine Voraussetzung dafür dar, dass die Zusammenarbeit von Dauer ist, doch die personalisierte Praxis, die Avery umreißt, besteht zunächst einmal aus einem Gespräch zwischen zwei mündigen, souveränen Individuen, die a priori kein existenzielles Interesse (keine »Verzweiflung«) aneinander bindet, sondern im Verlauf eines Annäherungsprozesses selbstbezüglich erzeugtes Vertrauen und wechselseitige Wertschätzung zusammenführt (es geht um die »richtige Galerie«), woraus schließlich eine exklusive, nicht-beliebige bzw. nicht-austauschbare Partnerschaft erwächst.

What I like to do is to, first of all, work with artists that are quite patient and that aren't desperate to – that they're like me, in the sense they wanna find the right gallery for them. They're not going to work with the first person that comes along just because it's a gallery. So that, like, I've started working with people where it's been a

> conversation for three years, and then I'll start working with them. Where I see something, I'd say, ›You know, I like to come and see you again, let's talk.‹ That kind of thing. […] And I have to know that I feel that I can do something that's interesting to me for this person, where I'm not just another gallery, that I can add, that I can really participate and do something, where I can have a dialogue with this person that will make a difference, for both that person and me (Interview Frances Avery, 2010).

Das gegenseitige Vertrauen schließt ein Machtgefälle zwischen der Betreuerin und dem Klienten, auf den sie sich jeweils fallspezifisch einzustellen hat, nicht aus. Avery weiß tendenziell, was für die Künstlerin (kommerziell) gut ist, versucht jedoch, sie nicht zu bevormunden. Das Arbeitsbündnis, das Avery skizziert, kommt einem professionalisierten Verständnis von beruflichem Handeln im Oevermann'schen Sinne nahe. Ihre Beziehung zur Künstlerin ist diffus, insofern sie sich als deren Partnerin und Beistand versteht und deshalb weitgehend als ganze Person handeln muss. Sie ist aber zugleich auch rollenförmig, weil sich Avery als (deutende) »Zuhörerin« begreift, die sich – im Unterschied zur Künstlerin – als ganze Person zurücknehmen muss bzw. nicht ihre ganze Person thematisieren darf, will sie den individuellen Bedürfnissen der Künstlerinnen im Programm Rechnung tragen und krisenlösend handeln können.

> The artist that was very successful five years ago, that isn't as successful now, that's a problem for them, I need to address that [in a] particular way, right? The artist that's never had success *ever*, I need to talk to in a different way, right? The one who has, you know, ups and downs, that's got problems with things at home or whatever, it's a different thing, you see. It's not – there's no one way. But I need to be able to sort of be attentive and try not to bring any of my things to it. And I have to kind of step back and just be a good listener (Interview Frances Avery, 2010).

Die Reziprozität in der Beziehung impliziert in der Wahrnehmung von Avery eine Art Gütertausch. Für ihre »Loyalität« und das »Interesse«, das sie einer sich entfaltenden künstlerischen Praxis entgegenbringt, erhält sie im Gegenzug privilegiert Einblick in die Lebenspraxis der Künstlerin, die sich in ihrer künstlerischen Praxis materialisiert. »That's a huge privilege as well, it's kind of an honor, no? To be given the opportunity to see someone's life through what they make and see how that changes and develops and all that kind of thing, no, for sure.« Eine New Yorker Kollegin kontrastiert die Funktion der Galeristin, die eine »anhaltende Beziehung« mit der Künstlerin ermögliche, diesbezüglich mit jener anderer Vermittler, deren Beziehung zur Künstlerin zeitlich befristet sei: »What really appeals to me being a dealer is, […] you basically are more involved in their work than anybody else. […] And you

really see the art, you know, you see it being made, which is really exciting when you see how the artist thinks about it and what, you know, went into« (Interview Diane Shelley, 2007). Die Logik des Arbeitsbündnisses als Gespräch zwischen zwei ebenbürtigen Individuen geht bei Avery so weit, dass sie – auch um den Preis von Konflikten mit Kollegen – mehr als eine Galerievertretung pro Künstlerin nicht bloß strategisch für ratsam erachtet, sondern für die Entfaltung einer künstlerischen Praxis geradezu unabdingbar hält. »Now, I *do* understand that everyone needs to have more than one gallery. That seems essential in this day and age, because people need to have different voices. Also, the artist needs to hear different opinions, different ways of looking at things and to make their own decisions. I think that one worldwide representation, in my opinion, is a disaster.«

Der Anspruch Frances Averys, das Programm langfristig zu erweitern, steht in einem Spannungsverhältnis zu ihrem professionalisierten Verständnis des Arbeitsbündnisses und insbesondere zu ihrem Bedürfnis, (wie Emmett Cole in New York) dauerhaft an der *gatekeeping*-Position festzuhalten, d. h. weiterhin das Risiko einzugehen, früh mit Künstlern (»from scratch«) zusammenzuarbeiten. »So, I think that the thing that I realized for me is, that I really prefer working with people from zero. I don't want to work with people that are already working with three or four other people, you see, where I just become part of a franchise. I find it's not as rewarding.« Was Avery als »franchise« apostrophiert – eine Galerievertretung auf der Basis einer Verkaufslizenz oder -konzession –, entspricht de facto dem Prinzip von Vereinbarungen zwischen Galerien, sobald eine erfolgreiche Künstlerin, wie sie auch in Averys Programm zu finden ist, mit mehr als einer Galerie zusammenarbeitet.

Weniger ihres Willens zur Expansion wegen als aufgrund ihrer Präferenz für die Zusammenarbeit mit Künstlerinnen »von Null auf« wird Frances Avery, die zum Zeitpunkt des Interviews noch keine 15 Jahre im Geschäft ist, an Grenzen stoßen, sollten immer mehr Künstlerinnen aus ihrem Programm zusehends Erfolg haben. »You're absolutely right«, sagt sie, »I can't go on forever adding people. But I do add people very, very slowly. And I don't know, I mean, I think that it's a big risk, you know. Most galleries, after ten years, get, are very, quite very, very boring. A lot.« Diesem für das Metier typischen Dilemma, immerfort rekrutieren und gleichzeitig die Kontinuität bestehender Arbeitsbündnisse gewährleisten zu müssen, begegnet die Galeristin, indem sie keine Option von vornherein ausschließt, wenn sie der Sache (der Vermittlung relevanter Kunst) denn dient und die Existenz der Galerie nicht

gefährdet. »But, at the same time, I don't also wanna say, ›I'm never gonna work with someone never again.‹ Either because I don't know if I want to. And when they want to, why wouldn't I? I'll find the space, I'll figure it out.« Avery expliziert an dieser Stelle eine Art gegen-ideologischen Reflex, der vielen Galeristen eignet. Es handelt sich weniger um Pragmatismus oder Opportunismus als um die Neigung, kategorische Aussagen oder die Formulierung von verbindlichen Handlungsmaximen, die den Handlungsspielraum in der Zukunft restringieren könnten, zu vermeiden oder umgehend zu relativieren, sich also nicht festlegen zu lassen. Prinzipien gelten in diesem Sinne nur solange, wie sie praktisch zu verantworten sind. Begründet ist dieser Reflex nicht notwendigerweise in einem durchweg pessimistischen Blick auf das Kunstfeld und seine Akteure, für den z. B. Lena Crumb steht (Kapitel 5.1.3). Vermutlich ist er viel eher der Einsicht geschuldet, dass die Vermittlung und Bewertung von Gegenwartskunst in diffuse Sozialbeziehungen eingebettet sind (die auch die Sammler, Kuratoren und Publizisten umfassen), welche die Zukunft ihrer Berufspraxis unwägbar machen. Auch Averys Ausdeutung des Innovationsgebots offenbart eine Sichtweise, die flexibel genug ist, um prekäre Phasen zu überdauern. Sie entschärft das mit zunehmender Geschäftsdauer sich tendenziell akzentuierende Problem dadurch, dass sie Innovation an Sichtbarkeit und Konsekration koppelt: Kunst ist/bleibt dann neu, solange sie noch nicht breite Anerkennung erfahren hat. »I think that *so* many of the artists that I work with, are still new artists, in terms of their visibility and in terms of, you know, how large the circle is, that I don't feel that it's all finished.« Auf eine andere Weise geht Vera Seiler (Typus Wahlverwandtschaften), die ihre Galerie in den 1980er Jahren eröffnet hat und unverändert mit ganz wenig festangestelltem Personal operiert, mit der Innovationsverpflichtung um. Sie wendet das Gebot auf die individuelle, sich entfaltende künstlerische Praxis an, die sich ihr zufolge verändern muss. Das Neue erblicke sie auch im Werk eines Künstlers, mit dem sie seit zwanzig Jahren zusammenarbeite, »Innovation innerhalb des Werks« hänge nicht vom Alter ab. »Ich finde nicht, dass nur jemand innovativ ist, weil er jung ist« (Interview Vera Seiler, 2007).

Der Zurückhaltung, die sich Frances Avery der Künstlerin gegenüber auferlegt, deckt sich mit ihrem Anspruch der Unaufdringlichkeit im Umgang mit dem Sammler. Dabei handelt es sich im besten Fall wiederum um Personen, mit denen Avery ins Gespräch kommen kann: »[…] people that you like talking to, people that like talking to you, people that are interested in what you're doing […]. It's very gratifying, it's fantastic.« An die un-

beholfene, engführende Formulierung des Interviewers (»getting the collectors to the gallery«), der erfragen möchte, wie die Galeristin Sammler dazu bringt, sich für die von ihr gezeigte Kunst zu interessieren, schließt Avery mit einer entschiedenen Distanzierung von der reinen (Bilder-)Händlerin und »Verkäuferin« an. Sie sehe ihre »Verantwortung« nicht darin, den Sammlern Kunstwerke in die Wohnräume zu liefern, damit sich diese – die Bilder über der Polstergruppe hängend, sozusagen – das richtige aussuchen könnten. Die »Dienstleistung«, die Avery anbietet, besteht im Wesentlichen in der Ankündigung der Galerieschau, welche die Vermittlung »erleichtern«, jedoch dem Gegenüber wiederum keinesfalls nahelegen soll, was es am besten tut. Selbst die Funktion der Beraterin sucht sie von sich aus nicht aktiv. »It's all about this process, and I can only facilitate it. But I can't, you know, I'm not a sales person in that respect at all. I will *never ever* tell someone what they should buy, or what I think they should buy, almost never, unless they ask me […].« Auch im Zusammenhang mit dem Erwerb von Kunst klingt bei Avery die Wertschätzung für das mündige, zur Reflexion fähige Subjekt an, das Entscheidungen trifft und nicht impulsiv seine Bedürfnisse befriedigt. Sie konstatiert: »Often the people that are the best, most interesting collectors are *never* the richest people. […] They can't afford everything, they have a budget, and they need to make decisions.«

Komplementär zu ihrer Erwartung, dass sich, wird Kunst sachhaltig verhandelt, a priori mündige Subjekte begegnen, gehören zum Berufsethos von Frances Avery die Behutsamkeit der Künstlerin und die Unaufdringlichkeit dem Sammler gegenüber, aber auch die Pflicht zur Gelassenheit, die sie sich angesichts einer ausbleibenden oder stockenden Rezeption auferlegt. Letzteres birgt in den Augen Averys jedoch zugleich ein (wohl eher langfristig) äußerst effektives feldspezifisches Positionierungspotenzial. So schätzt sie die Kunstkritik dann besonders und misst ihr dann eine konsekrierende Wirkung zu, wenn sie nicht einer bestimmten Allianz von Akteuren zudient, sondern kunsthistorisch zu reflektieren weiß. Die diesbezüglich entscheidende Frage lautet für Avery: »›Who's able to talk about this in an interesting way? Who's able to look at this and put it into a context that the artist doesn't even know exists?‹« Der Kritiker ist im besten Fall ebenfalls ein unabhängiger – will heißen: auch integrer –, der Sache verpflichteter Akteur, der sich nicht instrumentalisieren lässt.

And I think that artists, that have this, are *so* much, in a much stronger position. And I'm not talking about the art critic that's paid to do something, where there're adjectives about how wonderful they are. That is of absolute no use whatsoever. I'm

talking about the people that are fortunate enough to get someone, you know, who doesn't have a personal investment in them. Where it's not like an entourage, where the artist has his curators, his art critics, his dealers, you know, 'cause that's a kind of mafia. I'm talking about something else. And I think that that's a *very,* very, very precious thing (Interview Frances Avery, 2010).

So wenig sich die Rezeption und warenförmige Vermittlung einer künstlerischen Praxis kontrolliert herbeiführen lassen, so wenig lässt sich auch eine unparteiische Kunstkritik gezielt mobilisieren, die sich vertieft mit einer spezifischen Position auseinandersetzt. Sie fällt einem in der Wahrnehmung von Avery entweder unversehens von außen zu, weil sie die Aufmerksamkeit eines wertrational motivierten Subjekts geweckt hat, oder sie ist voreingenommen und damit suspekt, weil sie bestimmten Galerien und Sammlern zudient.

»No-nonsense« – kritische Zeitdiagnosen

Der nüchterne Blick von Frances Avery auf die Produktion und Vermittlung von Kunst ist zugleich ein strenger Blick auf die Praktiken und Deutungen der vielen Feldakteure, die gegen die Maxime der Galeristin verstoßen, sachhaltig motiviert – d. h. bei aller Leidenschaft vernünftig – zu handeln. Angesichts der erheblichen Diskrepanz zwischen ihren normativen Setzungen und dem, was sie wahrnimmt, fallen die zeitdiagnostischen Befunde von Avery kategorisch aus. Ihre Kritik bezieht sich weniger auf die Institutionen des Feldes (Messen, Auktionen) an sich als auf die in ihren Augen unter den Feldakteuren verbreitete Irrationalität und Unlauterkeit. Im anhaltenden »curator's moment« (Brenson) sieht Avery nicht so sehr die Gefahr, dass die Deutungsmacht der Galerien als Entdeckerinnen neuer Kunst unterminiert werden könnte, als eine modische »industry around curatorship« an den Kunstschulen, die Personal mit fragwürdigen Qualifikationen – etwa ohne breite kunsthistorische Basis – hervorbringen. Auch ihre Einschätzung des Messewesens ist auf eigensinnige Weise stringent. Auf der einen Seite waren Messen, die Institutionen der effizienten kommerziellen Verwertung schlechthin, für Avery als Besucherin jahrelang »my favorite environment«, »an amazing opportunity«, weil diese, so ist zu vermuten, ihrem kunsthistorisch geschulten Blick ein Betätigungsfeld ohne den Druck geschäftlicher *performance* boten. »For me, it was one of the most valuable experiences, because it was so interesting to have that kind of quantity of material to look and think about why people were bringing certain things and to think

about what wasn't there.« Ähnlich wie der New Yorker Künstler und Galerist Emmett Cole interessiert Avery die Funktionsweise des Kunstmarktes a priori unabhängig davon, ob sie am Spiel beteiligt ist oder nicht. Dieser beobachtende und analytische Blick ist jener einer kundigen Person, die imstande ist, Kunstwerke auch außerhalb des *white cube* wahrzunehmen und einzuschätzen.

Auf der anderen Seite hegt Frances Avery als Teilnehmerin von jährlich mindestens drei Messen inzwischen sehr ambivalente Gefühle. »Of course, the point is to sell work«, sagt sie. »And if you don't it's very depressing.« Sie beklagt mit Blick auf das für viele Galerien desaströse Jahr 2009, dass diese nun dazu angehalten würden, fiktive Ergebnisse zu kommunizieren. »The thing that's really sad is the pressure one is under to lie at art fairs about what you're selling, what you don't sell. Because of pretending, you know, that there's – to keep this market as if nothing had changed.« Das Phänomen des überstürzten, unüberlegten Erwerbs von Kunst bei großer Nachfrage, dem die Messen periodisch systematisch Vorschub leisten, betrachtet Avery als durchschaubaren Mechanismus, dem der informierte Sammler keinesfalls ausgeliefert ist, weil er nicht der Selektion durch die Messe bedarf, um sich für ein Werk zu interessieren. »This idea that you had two minutes, that's the way it should be in art fairs, in the sense, if you like it, you buy it. Otherwise, why didn't you call the gallery three months ago and say, ›I'm interested in this artist. What do you have?‹« Doch selbst in diesem von großem Zeitdruck, aggressiver Vermarktung und der Flüchtigkeit der Interaktionen gekennzeichneten Umfeld setzt die Galeristin auf das Gespräch. »I almost feel that I come out much happier if I'm having some interesting conversations with people that I wouldn't be able to have were I to be sitting here.« Messeauftritte hält Avery für unentbehrlich, weil sie der Galerie die »Sichtbarkeit« verschaffen, die ihr wegen ihrer lokal eher peripheren Lage fehlt. Wie beim Messewesen identifiziert sie beim Auktionswesen dessen Mechanismen und die in ihren Augen offenkundigen (sachfremden, heteronomen) Motivierungen, die es nährt. Dass die Auktionshäuser versuchen, den Boom am Kunstmarkt auszubeuten, liegt für Avery in der Natur der Sache. Problematischer erscheint ihr deren Einfluss auf die Sammler, die sich nicht autonom auf ein Kunstwerk einlassen und es wertschätzen können, sondern auf dessen Validierung durch das Auktionshaus angewiesen sind. »So that's the problem of that person, who, in order to feel safe, that they're buying something that's real, is to see it in an auction catalogue. Otherwise it's not serious – *that*'s the thing that's scary.«

Dem fremdbestimmten Sammler mit dem »falschen Bewusstsein« stellt Avery den Handlungs- und Interpretationsspielraum eines zwar passionierten, doch autonomen bzw. verständigen Individuums gegenüber. Als Galeristin bedeutet dies vor allen Dingen, sich von Auktionsresultaten – »a separate thing« – nicht beirren zu lassen und die ökonomische Bewertung eines Kunstwerks nicht mit dessen symbolischer Bewertung kurzzuschließen. »You need to be very calm about this and not use the auction as a reflection either of success or failure.« Sobald ein Werk auf einer Auktion erscheint, gilt es folglich, Distanz zum Ergebnis zu markieren: »That has nothing to do with me.« Die verbreitete Empörung über das spekulative Sammeln, aus dem gerade die Auktionshäuser erheblichen Profit schlagen, teilt Avery nicht. Was sie empört, ist die Empörung der Feldakteure, denen sie diesbezüglich Heuchelei vorwirft, da der Sammler bzw. Käufer, der auf kurzfristigen ökonomischen Profit aus ist, vom Kunstbetrieb selbst unter Beteiligung sowohl der Kunstproduzenten als auch der -vermittler hervorgebracht wird.

> The speculative collector is part of a system. That person isn't to blame, necessarily. It's part of a system where everyone is implicated, I feel. Everyone is participating. The artist is making too much work, the artist is working to demand [*sic*], not working to what they can actually supply, but saying, ›There's ten people out there, I'll make ten things.‹ Where the dealer is happy to sell it to them because they want the money. So the hypocrisy around the whole speculative thing, I think, is really pathetic (Interview Frances Avery, 2010).

Habe man das Gefühl, jemand kaufe nicht aus dem richtigen Grund und könne man es sich leisten, auf den Verkauf zu verzichten, so sei man ja frei, dem Interessenten eine abschlägige Antwort zu geben. Andernfalls handle es sich um einen »honest exchange«, der dem Käufer das Recht gebe, mit dem Werk zu tun, was er wolle; es sei denn, er verletze das Vertrauen der Galeristin, indem er vor dem Kauf falsche Versprechungen macht. Die meisten der ökonomisch spekulierenden Sammler seien allen bekannt gewesen, sagt Avery. »It wasn't mysterious.«

Professionalisierte Distanz (die Empathie nicht ausschließt) manifestiert sich in den Beobachtungen von Frances Avery zu den Auswirkungen der bis 2008 erhitzten Konjunktur auf die Arbeitsbeziehung mit den Künstlerinnen. Sie thematisiert sich selbst nur am Rand und nimmt weniger die Perspektive der Beteiligten als jene der Beobachterin ein. »I felt very, very mixed, and I feel that it only benefited some people.« Bestimmte Künstlerinnen hätten »auf obszöne Weise« profitiert, andere wegen des »trickle-down«-Effekts. Ausführlicher geht sie auf die Künstlerinnen ein, bei denen der ökonomische

Erfolg vollkommen ausblieb, was das Arbeitsbündnis offensichtlich belastete. »[They] felt *so* bitter and angry«, sagt Avery, »and felt that they were cheated and felt that, you know, somebody wasn't doing their job properly, like me or whatever.« Auf den Einbruch des Marktes reagierten Avery zufolge viele Künstlerinnen mit Erleichterung. »I think that it's a *lot* of pressure when you see a *lot* of people around you being very successful.« Gleichwohl wurden vor der Rezession Verhältnisse zementiert, die in den Augen Averys in der Weise eines Oligopols ökonomische und Konsekrationsmacht bei wenigen Akteuren konzentrieren. Diese Konzentration begünstigt die Monopolisierung von Anerkennung durch einen bestimmten Typus künstlerischer Positionen. Sie führt zu einem Desinteresse der nichtkommerziellen Schauräume für Kunst, die nicht offenkundig vom Markt validiert worden ist, und hemmt letztlich auch die Sichtbarmachung und Entfaltung neuer Kunst. Die Expansion des Feldes assoziiert Avery mit der Proliferation mittelmäßiger Kunst. »And I think that there's this *huge* system that needs to be fed. *That's* the big difference. You know, twenty years ago, thirty years ago, it was very much smaller. Now, you've got *thousands* of people involved, all trying to make a living from a lot of stuff that's very, very mediocre.« Die Vorstellung, dass mehr Künstlerinnen auch mehr gute Kunst hervorbringen, hält sie für einen Trugschluss. Avery konstatiert im Gegenteil, dass selbst (und offensichtlich gerade) wenn der Erfolg sich einstellt, die Künstlerinnen von ihren Vermittlern dazu angehalten werden, erkennbare, leicht zuschreibbare Werke zu schaffen, die ihre Verwertung in größerem Umfang erleichtern. »The biggest problem that we're seeing today, in art, is that artists that are successful are asked to be a brand very, very early on. And they're asked to make a recognizable signature style, in order to feed a larger public.« Kunst auf ein (beliebiges) standardisiertes Produkt zu reduzieren, ist gerade das, wovor Avery die Künstlerin ihrem Selbstverständnis nach schützen möchte, indem sie sie vom Druck zur kommerziellen Verwertung abzuschirmen versucht. Eine solche gesteigerte Warenförmigkeit – oft verbunden mit einer Beschleunigung der Werkproduktion – verstößt für Avery nicht nur gegen das Innovationsgebot, sondern kommt einer intellektuellen Beleidigung gleich.

Auf ähnliche Weise nimmt Frances Avery Strategien zur Durchsetzung neuer Kunst wahr. Sie begreift sie nicht als eine Dimension des »Kampfes um das Monopol auf Durchsetzung legitimer Wahrnehmungs- und Bewertungskategorien«,[317] sondern als per se rein ökonomisch – d. h. in Be-

317 Bourdieu 2001, 253.

zug auf die Kunst heteronom – motiviert. »This alliance building, I think, is absolutely essential, but, again, for the economic success and the power thing, right? Not for the art work, necessarily.« Avery trennt Kalkül (Zweckrationalität, die gezielte Verwertung sozialen Kapitals) und Passion (Wertrationalität), als ob die Vermittlung von Kunst auch ohne strategisches Handeln geschehe. Was sie mit »a kind of other ghetto« apostrophiert, in dem es darum gehe, »what's cool, what isn't, whom you're talking to, who's good to show with«, zählt jedoch zu den Strukturgesetzlichkeiten, die den Interaktionen der Akteure des Kunstfeldes und ihren Positionierungen objektiv zugrunde liegen. Was Avery vorschwebt, ist analog zum Gespräch mit der Künstlerin oder dem Sammler die prinzipiell zweckfreie, nichts überstürzende Auseinandersetzung mit Kunst, aus der heraus sich jeweils sachlich, in der Passion für ein spezifisches Werk begründet, Bündnisse bilden: »[…] where there isn't that kind of snobbery, but it's based on real intellect and thinking«, sagt sie, »where one could be much more specific and particular and look at the specifics of that artist's needs.« Sie versteht unter strategischem Handeln nicht allgemein Anstrengungen, Kunst sichtbar zu machen, sondern die koordinierten Handlungen von Galerien, Sammlern und Schauräumen, welche die Bewertung und Konsekration von Kunst möglichst effizient vorantreiben wollen. »This way of strategizing, to have a result that's *so* corporate, in the end, and so predictable, you know, where everyone is doing the same thing, everyone is showing the same artists, where there's almost monopolies, I don't know, I just find it's boring.« Averys Kritik am intellektuell zweifelhaften Ergebnis solcher Absprachen, welche die Sichtbarkeit weniger Positionen auf Kosten einer anregenden Vielfalt begünstigen, ist ebenso eine Kritik an der Konzentration von Konsekrationsmacht bei wenigen Akteuren. Harsche Kritik übt sie an ihren Berufskollegen, denen sie Unredlichkeit und eine Neigung zur Schönfärberei unterstellt. »Everyone's been *so* banal in the way that they've discussed this recession. First of all, I think that people are very, very dishonest. Because the thing about art dealers is they don't tell you the truth. They *never* will say to you things who're [*sic*] *really* bad, almost never. […] And I think things *are* really, really bad. I really do.«

Ihr Ethos redlicher intersubjektiver Verständigung bewirkt, dass die düstere Zeitdiagnose von Frances Avery sie eher dazu bewegt, an ihren Prinzipien festzuhalten und »einen eigenen Ort« zu suchen, an dem der ökonomische nicht der einzig ausschlaggebende Gewinn ist, statt sich geschmeidig einem veränderten Kontext anzupassen. Dieses Widerständige unterscheidet sie diametral von Lena Crumb. Für die New Yorkerin ist der ökonomische

Profit a priori stets anzustreben und im Sinne der Künstlerin; und die Subsistenz der Galerie verlangt, dass sie flexibel auf neue Machtkonstellationen reagiert und das eigene Handeln jenem der anderen am Spiel Beteiligten anpasst. Die Frage nach dem Erfolg oder Scheitern eines Arbeitsbündnisses (ob »es funktioniert«) thematisiert Avery nicht unter dem Gesichtspunkt der Beziehung zwischen Galeristin und Künstlerin, sondern sie spitzt sie umgehend auf die Rezeption der künstlerischen Praxis zu. »It doesn't always work. But what is the definition of working?« Die Galeristin beklagt, dass Erfolg im Kunstfeld unterdessen einzig an den Transaktionen gemessen werde. »I think, unfortunately, that the measure of things working or not is only economical, right now. That's the thing. If something sells, then it works. If it doesn't, it doesn't. And I think that's just so depressing.« Avery muss sozusagen um die professionalisierte Gelassenheit kämpfen, mit der sie die Künstlerin und sich schützen will, wenn sich die Werke nicht verkaufen lassen. »And I'm trying to find a space for myself and for what I do, where I, of course, need to earn money. But I can't feel like everyone who doesn't make money is a failure. I mean, I *have* to tell myself this every day.«

5.4.2 Professionalisierte Distanz

> Also, ich möcht keinen belabern zu irgendwas. Ich will keinen übers Ohr hauen. Ich hab keine Lust, dass jemand nur mir zuhört (Interview Alfred Rückert, 2009).

Bildungsbürgerliche Verhältnisse

Alfred Rückert, inzwischen mit einer Juristin verheiratet und Vater zweier Kinder, bleibt noch eine Weile *director* bei einer renommierten Galerie, als er in den 1990er Jahren in seiner Loftwohnung in Manhattan zusammen mit seiner damaligen Lebenspartnerin, der Tochter eines Galeristen, die ebenfalls in einer Galerie gearbeitet hat, einen kommerziellen Schauraum eröffnet. Seine vorläufige Weiterbeschäftigung ermöglicht ihm finanziell den Schritt. Wenig später bezieht die Galerie ein paar Häuserblocks entfernt separate Räumlichkeiten, um nach einigen Jahren wie viele andere wegen der größeren Flächen und niedrigeren Mieten nach Chelsea umzuziehen. Nach gut fünf Jahren erweitert Rückert die Ausstellungsfläche abermals. Kurz darauf eröffnet er in Europa einen Schauraum in Partnerschaft mit einer ande-

ren Galerie. Mit einem erneuten Umzug (der einige Jahre nach dem Interview erfolgt) vergrößert er die Ausstellungsfläche in New York ein weiteres Mal. Schließlich eröffnet Rückert an einem zweiten Standort in New York zusätzlich Räume für neue Schwerpunkte. Sie dienten unter anderem Retrospektiven von Künstlern aus dem Programm und »kuratorischen Projekten«, schreibt die Galerie auf ihrer Homepage. Zum Zeitpunkt des Interviews (2009) vertritt Rückert 26 Künstler (2018 sind es 33), die fast ausnahmslos aus Europa und Nordamerika stammen, und beschäftigt zwölf Angestellte (2017 sind es 20).

Alfred Rückert ist in einem bildungsaffinen Milieu aufgewachsen – bildende Kunst, erzählt er, sei »das einzige Thema«, das in der elterlichen Bibliothek kaum vorgekommen sei. Darüber hinaus ist bereits in der Großeltern- und der Elterngeneration das professionalisierte (d. h. personalisierte und sich in Arbeitsbündnissen konstituierende) berufliche Handeln gegenwärtig: Der Vater ist provomierter Jurist und selbstständig praktizierender Anwalt, die Mutter studierte Geschichte und ist Gymnasiallehrerin; der Großvater väterlicherseits ist promovierter Ingenieur und Geschäftsführer eines teilstaatlichen Betriebs, der Großvater mütterlicherseits ist Zahnarzt. In der Stadt, in der er seine Jugend verbracht hat, studiert Rückert in den 1980er Jahren Kunstgeschichte, Germanistik und Philosophie. Für den humanistischen Bildungsweg der Mutter entscheidet er sich »aus Interesse und Passion«, während sein jüngerer Bruder, der promoviert und unterdessen im Ausland bei einem Versicherungskonzern angestellt ist, den Beruf des Vaters wählt. Während des Studiums arbeitet Rückert in einer Galerie, wo er das Werk einer jungen, jedoch bereits sehr sichtbaren deutschen und amerikanischen Künstlergeneration kennenlernt. Das Promotionsstudium führt ihn nach New York, wo er bald für eine Kunstberaterin zu arbeiten beginnt, die auch verlegerisch tätig ist. Nach einem Jahr wechselt er zur Galerie, bei der er sein künftiges Metier einübt.

Obschon sich Alfred Rückert als einen zwar von früh an von Kunst faszinierten Menschen beschreibt, dem sich das Galeriewesen als Berufsfeld aber erst spät eröffnet, steht seine Bildungs- und Berufsbiografie de facto für die tendenziell gradlinigen Verläufe, die für Galeristen typisch sind, die in den zentralen Territorien des Feldes sozialisiert werden. Die vielen Museumsbesuche in der Kindheit, ob in seiner Heimatstadt oder unterwegs, scheint vor allem er angeregt zu haben. Seine Eltern hätten ihn »immer abgesetzt in irgendwelchen Museen«, erinnert sich Rückert und berichtet von jugendlicher Neugierde und einer Lernbegierde, die durch die Begegnung mit dem

gänzlich Unbekannten ausgelöst wurde. »Man konnte sich die Sachen angucken, die einem komplett fremd waren. Das heißt, mein Werdegang zur bildenden Kunst hatte was damit zu tun, dass ich überhaupt nicht verstanden habe, was ich mir angeguckt habe.« Mit seiner zweckfreien Beschäftigung mit Kunst, die mit dem elterlichen Wohlwollen rechnen kann, realisiert der junge Rückert gleichzeitig ein Emanzipationsprojekt; er schafft sich auf diese Weise im bildungsbürgerlichen Elternhaus seine exklusive Domäne. »Musste mich also erst einlesen, bin [in die] Zentralbibliothek hingerannt als 14-Jähriger und hab einfach das Ding von A bis Z durchgelesen, alles, was ich kriegen konnte.«

Mit der Passion Rückerts, aber auch mit der selbstcharismatischen Zielstrebigkeit, die er beruflich schließlich an den Tag legen wird, kontrastieren Passivität und Unentschiedenheit, die er sich im Verlauf seiner biografischen Erzählung am Anfang des Interviews wiederholt zuschreibt. Wichtige Entscheidungen werden von anderen (durchweg von Frauen) angestoßen, seine Befähigung zum Galeristen durch andere attestiert. So verhilft ihm seine Freundin zu einer Stelle in der Galerie ihres Vaters – es ist ihre Idee, sie begeistert ihn nicht über die Maßen, ist aber »einfach lustiger« als andere Erwerbsarbeiten, denn Rückert sieht sich zu diesem Zeitpunkt beruflich auf der akademischen Laufbahn oder in einem Museum. »Aber ich wusste *nichts* von Kunsthandel«, sagt er. »Das hat mich auch überhaupt nicht interessiert, zunächst mal.« Dann ist es seine Arbeitgeberin in der New Yorker Galerie, die Rückert freundlich unter Druck setzt bzw. eine Krise erzeugt und ihn zu einer Entscheidung zwingt. Sie droht ihm eines Tages, sein als *director* akkumuliertes soziales Kapital – seinen Erfolg als Entdecker neuer Kunst – zu verwerten, wenn er dies nicht selbst in die Hand nehme: »›If you don't open your own gallery we start showing these friends of yours.‹« (Es ist wieder ebendiese Chefin, die ihm später bedeuten wird, dass es Zeit ist, die Galerie zu verlassen.) Bis dahin ist Rückert stets davon ausgegangen, nach Europa – an den neuen Brennpunkt Berlin – zurückkehren zu müssen, sollte er eine Galerie eröffnen wollen, weil ihm hierfür in New York die Mittel fehlen. Doch kommt in diesem Moment seine jahrelange Sozialisation in den New Yorker Künstlerkreisen zum Tragen. Dieses soziale Kapital preiszugeben erscheint Rückert unsinnig. »Da war ich schon zu sehr, sagen wir mal, etabliert innerhalb dieses New Yorker Clubs der zeitgenössischen Künstler-Clubs oder was, also von Koons und Gober und Wool und so weiter.« Für New York als Standort seiner Galerie spricht dessen Eigenschaft als zentraler Ort des Kunstfeldes. Doch ist bei aller Mobilität der Feldakteure, aber auch

angesichts des Vorteils bester Verbindungen nach New York, den Rückert in Europa hätte, für die Eröffnung einer Galerie auch die Einbettung in ein lokales Netzwerk – d. h. die regelmäßige leibliche Kopräsenz der Akteure – offensichtlich entscheidend: Kaum ein Fall im Sample dieser Untersuchung eröffnet die Galerie an einem anderen Ort als jenem, an dem er oder sie den Galeriebetrieb kennengelernt hat.

Vorbereitung auf den richtigen Moment

Nicht die ersten Erfahrungen in einer Galerie als Kunstgeschichtsstudent, sondern die Arbeit in der Kunstberatung gibt Alfred Rückert die entscheidenden Impulse, sich der besonderen Mischung von warenförmiger und inhaltlicher Vermittlung von Kunst zuzuwenden. Den Berufszugang initiiert in seinem Fall eine dem reinen Kunsthandel verwandte Tätigkeit, die ebenfalls auf Provisionsbasis vergütet wird. Wie dieser fokussiert die Kunstberatung tendenziell auf einzelne – nachgefragte, d. h. bereits validierte – Objekte und deren warenförmige Transaktion, ohne inhaltliche Vermittlung bzw. die Erziehung eines Publikums zu leisten und ohne den Aufwand von Arbeitsbündnissen. An der bibliophilen Kunstberaterin imponieren Rückert die Verve und die Gabe, »Sachen wirklich umzusetzen, Sachen in Gang zu bringen«. Er findet an dieser »Dynamik« zunehmend Gefallen; die Perspektive, sich wissenschaftlich mit Kunst zu befassen oder als Museumskurator gelegentlich Ausstellungen zu organisieren, verliert an Reiz. »Und das hat mich schon fasziniert, welche Art von, ja, Geschwindigkeit das alles hat hier. Ich glaub, das hat mich am meisten interessiert, die Geschwindigkeit. *I like that.*« Noch mehr als mit Sammlern, den Klienten der Kunstberatung, schätzt Rückert indes den Umgang mit Künstlern, den Schöpfern der Buchprojekte.

Im darauf folgenden zweiten – diesmal motivierten – Einstieg bei einer Galerie, einer der profiliertesten Adressen New Yorks, manifestiert sich sein Selbstcharisma; er behauptet etwas, wovon sich erst in der Zukunft erweisen wird, ob es auch tatsächlich eintritt: »Ich hab mir einfach das damals zugetraut, mit mehr oder weniger Begründung zugetraut, dass ich das könnte.« So gibt er sich nach kaum mehr als einem Jahr Aufenthalt in New York schon nicht mehr mit der subalternen Assistenten-Funktion zufrieden, die Berufseinsteiger in Galerien anfangs häufig bekleiden, sondern strebt sogleich eine verantwortliche Position an: »Hab ich gesagt, ›Ich will aber jetzt Galerie-Direktor sein.‹ Obwohl ich natürlich überhaupt nicht wusste, was das war. ›Und ich möchte verkaufen. Ich möchte wissen, ob ich das kann.‹

Ich hab das nie vorher bewusst versucht, obwohl ich auch verkauft hatte, die ganzen Jahre, aber nie, dass ich es mir so als Ziel gesetzt hatte.« Die Position des *director* ist im Falle Rückerts umso exponierter, als sie mehr als die Übernahme einzelner Arbeitsbündnisse umfasst. Die Arbeitsteilung innerhalb der Galerie sieht vor, dass er den Eigentümern, die es vorziehen, im Hintergrund zu bleiben, als eigentlicher Stellvertreter fungiert. Er beschreibt sich als »Geschäftsführer« und »Schaufenster« der Galerie »zum Publikum« (*sic*), »dafür verantwortlich, dass der Laden läuft«, »der eben halt zugeht auf die Leute und halt versucht Kontakt herzustellen«. Statt sich in Zurückhaltung zu üben, probiert Rückert, diesen Kontakt im Kontext der Rezession der frühen 1990er Jahre auf durchaus hemdsärmelige Weise herzustellen: »[…] und bin da einfach eben immer rausgelaufen, [damit] doch mal endlich [wer, M. G.] reinkam, der vielleicht ne Arbeit kaufen wollte, bin ich dann auf ihn losgestürmt und hab gesagt, ›Dann mach mal.‹ Mit mehr oder weniger Erfolg natürlich, aber das war so mein Job.«

Neben der aggressiven Vermarktung widmet sich Alfred Rückert dem, was *directors* in der Regel leisten und womit sie sich (abgesehen von der Pflege der Arbeitsbündnisse) profilieren können: der Entdeckung neuer Kunst. Diese Suche (das *scouting*) umfasst nicht alleine das rege Besuchen von Ausstellungen – die Betrachtung von Kunst. Nicht zuletzt um die Orte, an denen Kunst mit Potenzial entsteht und gezeigt wird, überhaupt zu finden und ihre Produzenten kennenzulernen, muss Rückert auch ständig und systematisch die Gesellschaft verschiedenster Feldakteure suchen und Bekanntschaften pflegen, d. h. soziales Kapital generieren und aktualisieren: »Und dann hab ich mich halt damals unheimlich viel rumgetrieben in den jeweiligen Bars und Clubs und Kneipen und ich weiß nicht was alles, und bin zu jeder Eröffnung hin gewetzt, wie man nur konnte, und habe versucht, natürlich auch so ein bisschen zu sehen, wer jetzt für die Galerie […] die nächsten attraktiven Künstler sind, sein könnten.« Rückert expliziert einen Modus Operandi, in dem es relativ bald die Delegierten sind, die einer Galerie ermöglichen, das Problem des mit zunehmender Geschäftsdauer tendenziell immer größeren Altersunterschieds zwischen Galerist und zu rekrutierenden Künstlern zu entschärfen und der Innovationsverpflichtung dauerhaft nachzukommen. Die generationelle Zuständigkeit der Delegierten basiert auf der Einsicht, dass für die Expansion des Galerieprogramms über die Generationslagerung des Galeristen hinaus dessen immer größere Erfahrung für das Entdecken neuer Kunst alleine nicht genügt und es zusätzlich eines jüngeren bzw. »zeitgenössischeren« Blicks auf die aktuelle Kunstproduktion bedarf,

um Positionen mit Potenzial zu erkennen. »Also, ich kannte einfach jeden, von Matthew Barney bis zu – die ganze Liga, die damals halt so ungefähr im Alter waren wie ich, also so Ende zwanzig, und jünger teilweise auch. Und, ja, das ist so, das hat sich nicht geändert. Also ich glaub, die meisten Direktoren der jeweiligen Galerie, wenn sie gut sind, kümmern sich unheimlich viel um die Künstler ihrer jeweiligen Generation.« Die Funktion des Delegierten prädestiniert insofern ausgesprochen stark dazu, selbst Galerist zu werden (von den 23 Personen im Sample hatten sieben vor der Eröffnung ihrer Galerie die Position des *director* inne und acht weitere zumeist subalterne Funktionen in einer Galerie, davon eine Person zusätzlich subalterne Funktionen in nichtkommerziellen Schauräumen. Von den zwölf New Yorker Fällen war gar die Hälfte *director*, drei hatten andere subalterne Funktionen in einer Galerie, eine Person hatte eine subalterne Funktion im reinen Handel, eine Person war verlegerisch und eine künstlerisch tätig). Indem Rückert seine Aufgabe als *director* erfüllt und ausgiebig in den Künstlermilieus New Yorks verkehrt, legt er gleichzeitig die Basis für sein künftiges eigenes Geschäft. Er freundet sich mit Künstlern an, die er in sein Programm aufnehmen wird.

Dies mag den Anfängen von Alfred Rückert als Galerist wahlverwandtschaftliche Züge verleihen. Doch ist die Eröffnung der Galerie zuallererst zeitdiagnostisch motiviert und begründet (insofern ähnelt sie den Anfängen von Edna Pride, Kapitel 5.3.1). Rückert registriert auf seinen Erkundungen junge Positionen, denen es noch an einer »Plattform« fehlt, d. h. an einem institutionalisierten Rahmen für ihre Vermittlung. Die gemeinsame Generationslagerung Rückerts und der Künstler, die er als in einem Generationszusammenhang befindlich – möglicherweise sogar als Generationseinheit – wahrnimmt, weil sie sich mit der gleichen historisch-aktuellen Problematik (Mannheim) auseinandersetzen, macht Rückert glaubwürdig und verschafft seiner Galerie Legitimität als ernstzunehmende Positionierung (eine Generationseinheit läge dann vor, wenn besagte Auseinandersetzung verwandte Ergebnisse zeitigen würde). »Das war so ein richtig guter Zeitpunkt«, sagt er im Rückblick und berichtet von einem »Kristallisationsmoment«, den es zu »definieren« galt. Im Unterschied zu Pride jedoch, die selbstcharismatisch behauptet, Dinge gesehen zu haben, die anderen entgangen sind, verortet sich Rückert in einer Generation Galeristen (zu der er auch Pride zählt), die auf ähnliche Weise zu den Vermittlern und Nutznießern eines Phänomens – einer Generationseinheit Künstler – geworden ist: »Und das war schon ein *driving force* für uns alle.« Er beobachtet in New York künstlerische Praktiken, die einer subversiven Programmatik verpflichtet sind. »Was man in

den 1980er Jahren noch als Kultur verstand, sollte unterminiert werden, sollte neu definiert werden.« Subversiv erscheinen sie Rückert, weil sie sich als Neue von den arrivierten Avantgarden abgrenzen müssen, um das Innovationsgebot von Gegenwartskunst zu erfüllen bzw. als solche wahrgenommen zu werden. »Und dann, eben, da ging's da schon um die Reflexion, wie kann ich dem denn jetzt noch überhaupt etwas hinzufügen, nach diesen 1980er Jahren und diesem ganzen Exzess.« Gleichwohl will sich Rückert von Anfang an bei allem Gegenwartsbezug einer Galerie nicht auf ein Generationenprojekt beschränken. »Aber natürlich bin ich nicht jemand gewesen, der nun alles abbricht und sagt, alles was davor war, war Scheiße.« Eine der ersten Ausstellungen im Loft widmet er denn auch zwei Vertretern der etablierten Avantgarde, die eine Generation älter sind. »Ich hab immer gesagt, wenn ich ne Galerie mache, ich möchte nicht nur so ne Hipster-Galerie machen mit meinen Kids und *kid artists* aus der Umgebung hier, sondern auch die, die ich verehre seit vielen, vielen Jahren.«

Individuelle Lösungen

»Das kann man nicht verallgemeinern.« Die Bedürfnisse des Künstlers sind verbindlich, und Alfred Rückert passt sich ihren je unterschiedlichen Erwartungen an. Entsprechend gestalten sich die 26 Arbeitsbündnisse sehr verschieden. Bei den einen überwiegen die diffusen, bei den anderen die rollenförmigen Anteile; bei den einen ist eine enge Begleitung gefragt, bei den anderen ähnelt es einer ökonomischen Zweckallianz bzw. Vergesellschaftung. »Jeder Künstler hat ganz verschiedene Ansprüche an den Galeristen oder an das System Galerie, an diese Plattform. Für manche Künstler ist es wirklich eigentlich eine Geldmaschine, also eine Art von Haushalt, wenn man so will. Für andere ist es wirklich ganz intensiv die Entscheidung, die der Galerist zusammen trifft mit dem Künstler.« Bei aller Individualität der personalisierten Arbeitsbeziehungen sieht Rückert in jenen mit amerikanischen Künstlern generell weniger diffuse Anteile – mehr »Distanz«, d. h. mehr Autonomie, und mehr »Respekt« – als in jenen mit europäischen Künstlern, denen er auch ein angespannteres Verhältnis zur Kommodifizierung zuschreibt. Obwohl er den amerikanischen »Zugang« nicht bloß bevorzugt, sondern für den angemesseneren hält, begegnet er allen Künstlern gleichermaßen als Klienten, auf deren individuelle Anliegen er so weit wie möglich einzugehen hat.

Eines kann ich generalisieren, dass die Europäer ein anderes Verhältnis zum Galeristen haben möchten als die Amerikaner, als die amerikanischen Künstler das haben

wollen. Die in Europa aufgewachsenen Künstler bevorzugen den, sagen wir mal, direkten Kontakt und möglichst 24 Stunden mit dem Eigentümer. Und die amerikanischen Künstler haben ein sehr viel, in meinen Augen, gesünderes Verhältnis zu dem ganzen System Kunsthandel, dass es eben halt schon eine Frage von Respekt ist, auch eine gewisse Distanz. Ich meine jetzt, wirklich im posi- – und gesunde Distanz. Die amerikanischen Künstler sind eher in der Lage, zu abstrahieren und zu sagen, ›Okay, [Rückert] kann das nicht alleine machen. Der hat zwölf Mitarbeiter hier und noch mal fünf dort und in [S.] und so weiter. Wir müssen das eben halt durch alle möglichen Schaltstellen durchexerzieren.‹ Ich kann das nicht alles alleine machen (Interview Alfred Rückert, 2009).

Während Ida Haufler (Kapitel 5.1.1) die Betreuung der wachsenden Zahl Künstler im Programm als eine »Frage von Organisation« betrachtet, die mittels rationaler Verwaltung bewältigbar ist, thematisiert sie Rückert als Problem. Die direkte Interaktion mit dem Künstler macht auch nach Jahren Galeriebetrieb für ihn den Reiz seines Metiers aus. Sie ist jedoch unterdessen nicht mehr selbstverständlich, sie aufrechtzuerhalten erfordert eine Anstrengung. Die Konsekration von Künstlern, die er vertritt, bzw. die Nachfrage, die aufseiten von Sammlern, Sammlungen und Schauräumen entstanden ist, erfordern innerhalb der Galerie delegierte Instanzen (»Schaltstellen«), die zwischen Galerist und Künstler treten und die personalisierte Praxis des Arbeitsbündnisses strecken; seitens der Galerie ist mehr als eine Person involviert, nämlich mindestens noch ein *director*. Dies gilt auch für die Beziehung zu den Sammlern, in die das delegierte Galeriepersonal maßgeblich eingebunden ist. Er kenne sie »lange nicht mehr alle«, sagt Rückert, die drei *directors* hätten »ihre eigenen Kunden«. »Und ich versuch mein Bestes, mit den Künstlern den intensivst möglichen Kontakt zu halten und zu bewahren. Das ist der Spaß an der ganzen Sache.« Eine Vergemeinschaftung bzw. wahlverwandtschaftliche Verhältnisse unter den Künstlern (einen »Familienclan«), von denen er eine Beeinträchtigung der Arbeitsbündnisse befürchtet, wünscht sich Rückert indes nicht, dafür gegenseitigen Respekt und Wertschätzung. »Natürlich kommen die, besuchen sich einander«, sagt er. »Aber dass die alle zusammen in einem Bett rumstecken, das wär mir etwas unheimlich. Ich bin froh, dass das nicht der Fall ist. Weil es nur zu Neid und Habgier führt.« Wenn Rückert im Interview affirmativ von »unserer Gang« spricht, meint er damit nicht die Künstler seines Programms, sondern eine Gruppe von Galeristinnen und Galeristen wie Edna Pride oder Stanley Lowell (Kapitel 5.3.1 bzw. 5.3.2), die in derselben Zeit wie er in New York Schauräume eröffnet haben; ebenso bezieht sich »Teamarbeit« ausschließlich auf das Galeriepersonal.

Einen personalisierten Ansatz pflegt Rückert nicht zuletzt auch bei der Abwägung symbolischer und ökonomischer Profite. Er zeigt dem Künstler mögliche Konsequenzen auf, ohne ihm die Entscheidung abzunehmen: »Aber wenn ein Künstler unbedingt in der Saatchi-Sammlung sein möchte, dann ruf ich den eben an. Dann frag ich den Künstler und sag', ›To make a lot of money right now? And it's gonna come back at the market at some point? Aber it's your choice, whatever you wanna do!‹ Also es ist so, die Künstler müssen schon ein bisschen mit uns gemeinsam darüber nachdenken, was sie eigentlich wollen. Und die meisten sind sehr präzise und sagen Nein.« In diesem Konsens erblickt Rückert den Ausdruck übereinstimmender »Ambitionen«, einer grundsätzlichen Einigkeit beider Seiten darüber, was mittels des Arbeitsbündnisses anzustreben ist: die symbolische Validierung einer künstlerischen Praxis durch ihre Vermittlung in nichtkommerzielle Institutionen (seine »Hauptaufgabe«, so Rückert; darüber hinaus deutet er den Konsens als Ausdruck eines Passungsverhältnisses in Bezug auf seine Motiviertheit und jene der Künstler. Für solche, die den raschen finanziellen Erfolg suchten, sei seine Galerie »nicht attraktiv«, meint Rückert). Dabei gilt, dass Erfolg der Galerie und dem Künstler erlauben, in Bezug auf die Destination der zu verkaufenden Werke präzisere Vorstellungen zu entwickeln, strategischer zu agieren und so selektiver zu sein. Es genüge nicht, sagt Rückert mit Blick auf die Ansprüche der Künstler, »einfach nur das Zeug zu verscheuern an den nächstbesten Kunden, der reinstürmt in die Galerie und sagt, ›Ich will einen Scheck schreiben.‹« Die Künstler wollten in den verschiedensten Kontexten »ausgestellt und gesehen und wahrgenommen werden«. Damit deutet Rückert ein Handlungsproblem von Galeristen an, welche Künstler vertreten, die sich einen Namen gemacht haben. Die kommerzielle Vermittlung von Kunst bedeutet immer auch, dass sie mit ihrer Transaktion gleich wieder – und dies für Jahrzehnte oder weit länger – aus der kulturellen Öffentlichkeit und in Sammlungsdepots entschwinden kann, insbesondere (aber längst nicht nur), wenn sie von Privaten erworben wird. Im Interesse des Künstlers und all jener, die in ihn investiert haben (also insbesondere Galeristen und Sammler), ist es, dass die Werke auch nach ihrer Platzierung an Orten mit Konsekrationsmacht sichtbar bleiben bzw. immer wieder sichtbar sind und ihr symbolischer Wert in Ausstellungen durch den musealen Kontext und die kunsthistorische Kontextualisierung regelmäßig affirmiert bzw. aktualisiert wird. Direkten Einfluss auf den Ausstellungsbetrieb von Museen können vor allem Sammler nehmen, die als Mäzene gleichzeitig in deren Lenkungsgremien sitzen.

Wie er unter amerikanischen Bedingungen (d. h. angesichts des Vorherrschens der Philanthropie) erreichen kann, dass Kunst an einen möglichst konsekrierenden Ort gelangt, veranschaulicht Alfred Rückert am Beispiel eines Künstlers, von dem drei Werke in einem kleinen abgetrennten Schauraum im hinteren Teil der Galerie hängen, in dem auch das Interview stattfindet. »Der Sammler kann nur Zugriff auf eins dieser Bilder bekommen, wenn er das zweite an ein bestimmtes Museum dieser Stadt [ver]schenkt.« Hat sich ein Künstler – in diesem Fall noch keine vierzig Jahre alt – einmal einen Namen gemacht, kann sein Galerist demnach, sofern er eine gewisse Kontrolle über das Angebot hat, die Konsekrationsdynamik zusätzlich verstärken, indem er den Verkauf davon abhängig macht, dass ein Werk in einer bestimmten Sammlung unterkommt. »Also, es sind so die Bedingungen, die man irgendwann über die Jahre entwickelt. Und das ist so ein heiß ersehnter Künstler, wo man solche Sachen machen kann. Es geht dann nicht mehr um Geld, weil verkaufen würd ich's eh«, sagt Rückert (Werke von besagtem Künstler sind unterdessen zu siebenstelligen Beträgen versteigert worden). Von der Verpflichtung gegenüber dem Werk angeleitet, möchte er bewirken, »dass die Museen in der Lage sind, was zu tun, und wo auch ein Privatsammler sagen kann, ›Okay, das mach ich jetzt. Krieg ich 'n *discount* von der Galerie.‹ Aber das wird verschenkt ans Museum, und zwar *no strings attached*.« Insofern wartet Rückert nicht ab, bis die Handlungen anderer sein Urteil bestätigen, sondern wirkt darauf hin, diese anderen von dessen Richtigkeit zu überzeugen. Hierzu versucht er, die Kunstwerke an Orte zu lenken, die Konsekration und dauerhafte Aufbewahrung verheißen.

Dies kann Rückert zufolge nur gelingen, wenn er im Rahmen einer Allianz gleichgesinnter, d. h. auf die symbolische Validierung fokussierender, Akteure operiert, die sowohl andere Galerien als auch (insbesondere in Europa) nichtkommerzielle Schauräume umfasst. »Und für diese Künstler ein Netzwerk aufzubauen, das funktioniert, noch über Jahrzehnte, […] das ist, glaub ich, vielleicht die größte Herausforderung.« Dabei setzt er weniger auf Kuratoren, die primär mit dem Biennalewesen assoziiert sind. Es sind vielmehr die Museumskuratoren, denen Rückert für die Rezeption eine entscheidende Rolle zuschreibt, weil sie in seinen Augen das leisten, was er alleine höchstens begrenzt zu leisten imstande ist – symbolische Validierung und Konsekration von Kunst durch historische Kontextualisierung.

Also, ich frag mich manchmal, wer sind eigentlich die bedeutenden freien Kuratoren, die für die Künstler wirklich was geleistet haben, dass es wieder für uns attraktiv wird. Bleiben wir lieber bei den Kuratoren, die Kuratoren im Musée d'art moderne oder

im Ludwig Museum oder so. Die Leute machen einen top Job. Und natürlich sind die sehr, sehr attraktiv für uns. Weil wir können nicht allein 'n Künstler gestalten, der nur im ökonomischen Bereich erfolgreich ist. Als Galerist müssen wir Institutionen finden, oder die finden uns, wo ein Künstler dann eine Karriere und auch ein bestimmtes historisches *footing* bekommt (Interview Alfred Rückert, 2009).

Bei aller diagnostizierter Relativierung der »ökonomisch verkehrten Welt«[318] des Kunstfeldes (Erfüllung im Jenseits statt im Diesseits) macht das Beispiel Rückerts deutlich, dass noch so überwältigender ökonomischer (diesseitiger) Erfolg problematisch bleibt, wenn die symbolische Anerkennung ausbleibt und ökonomischer Erfolg sich nicht automatisch symbolisch bezahlt macht.

Wie Frances Avery hält Alfred Rückert die Einrichtung der Ausstellung für einen Schlüsselmoment im Arbeitsbündnis. Doch während sich Avery strikte Zurückhaltung auferlegt, als entlastende Instanz und Beistand begreift und die Anordnung der Exponate dem Künstler überlässt, behält sich Rückert vor, dezidiert einzuschreiten. Der Künstler »hat« in seinen Augen insofern gerade nicht »immer Recht«. Fehlurteile des Künstlers zwingen Rückert, korrigierend einzugreifen und dessen Autonomie einzuschränken, um sicherzugehen, dass die Schau stets auch »als Werk« gelungen ist.

Also, wir Galeristen, ich glaub, die meisten meiner Kollegen aus dieser Ecke hier, wir machen das ähnlich. Wir gehen zwanzigmal oder fünf-, sechsmal ins Studio, wir gucken's an, wir beraten den Künstler, was wir für richtig oder falsch halten. Letztlich hat der Künstler immer Recht. Aber wenn's richtig blöd oder daneben liegt, dann muss man auch mal die Schnauze aufreißen und sagen, so geht's nicht. Und dadurch bin ich sehr involviert bei der Hängung. Also, da bin ich schon immer hier. Weil die machen halt so teilweise die größten Fehler, weil sie gar keine Distanz zum eigenen Werk haben und das nicht so beurteilen (Interview Alfred Rückert, 2009).

Während Avery das Risiko von Ungeschicklichkeiten des Künstlers zum eigenen Nachteil in Kauf zu nehmen gewillt ist, betrachtet es Rückert einerseits als seine Aufgabe, dem Künstler »Distanz« bzw. eine Außensicht zu bieten. Paternalistisch ist dies insofern, als der Galerist an dieser Sequenzstelle keinen Dialog mit dem Künstler schildert, sondern regelmäßig zu wissen scheint, wenn dieser »daneben liegt«. Andererseits versteht sich Rückert als Herr im Haus, der die Ausstellung als Gesamt-»Werk« verantwortet und sich wie der Künstler damit in der kulturellen Öffentlichkeit exponiert. Obschon er den Messestand (im Sinne des »Branding«) als wichtiges Vermarktungsinstrument betrachtet, hält Rückert die Galerieschau unverändert als (un-

318 Bourdieu 2001: 49.

verkennbaren) Ausdruck und Ausweis seiner Arbeit. Ein Stück weit ist sie auch sein Werk. Das Publikum möchte er dazu bringen, »die Ausstellung als Werk« zu rezipieren. »Und die Ausstellung für uns ist ja fast bedeutender als das einzelne Kunstwerk«, sagt Rückert von sich und seinen *peers* und erklärt die Galerieschau kurzum zum Merkmal, das ihn vom reinen Händler unterscheidet: »Wenn das nicht mehr wahrgenommen wird als Werk, dann ist meine Funktion als Galerist nicht mehr so wichtig, weil dann kann ich auch Kunst*händler* werden.« Diese Fehlleistung – denn noch konstitutiver für die Berufspraxis des Galeristen ist das Arbeitsbündnis – markiert eine Distanz zum Künstler, die Rückert vom wahlverwandtschaftlichen Typus Galerist unterscheidet (wohingegen Frances Averys gleichsam palliative Begleitung Ähnlichkeiten mit dem wahlverwandtschaftlichen Typus aufweist). In Verbindung mit dem Selbstverständnis, Kurator der eigenen Schauräume zu sein, und mit dem Anspruch, für ein kohärentes Programm einzustehen, das sich eher »entwickelt« als »verändert« (Rückert betont die Dauerhaftigkeit der Arbeitsbündnisse), rückt ihn diese relative Distanz in die Nähe des Typus *Curating*. Rückert ist zudem einer der wenigen Galeristen im Sample, der die Positionen seines Programms unter Etiketten subsummiert (als »analytisch« respektive »solipsistisch« bezeichnet er dessen beide »Seelen«); Frances Avery lehnt solche Etikettierungen entschieden ab. Doch zeichnen die dem Typus der Kuratierenden zuordenbaren Galeristen ein wesentlich stärkeres Selbstverständnis der Autorschaft und ein deutlich größeres Sendungsbewusstsein aus, das sich im Anspruch manifestieren kann, erheblich mehr als die im Rahmen von Arbeitsbündnissen vertretenen Künstler zu bieten bzw. zu vermitteln.

Auch gegenüber den Käufern, die er generell als informiert wahrnimmt, verhält sich Alfred Rückert beratend. Zu überreden oder aufzuschwatzen kann und will er sich nicht leisten. »Die Sammler wissen schon, was sie wollen. Man kann nicht belabern oder so was.« Dabei handelt es sich nicht bloß um eine pragmatische Anpassung ans tendenziell informierte Publikum, sondern Rückert zieht wie Frances Avery den Umgang mit mündigen, autonomen Subjekten vor. Die langfristige Beziehung zum Sammler wertet er durchaus als Bestätigung seiner Leistung. Doch im Unterschied zu Stanley Lowell (Kapitel 5.3.2), der Spuren seiner gestaltenden Hand in Sammlungen unhinterfragt als Bestätigung seiner Arbeit deutet, ist Rückert, der auch von seiner »Hand« spricht, diesbezüglich ambivalenter.

Ich glaub, jeder Galerist, der ein bisschen was auf sich selber hält, hat natürlich, sagen wir mal, fünf, vielleicht zehn Leute, […] wo die Gestaltung der Sammlung nachher

> irgendwie so ne Eigendynamik angenommen hat, […] wo es eben halt nicht nur ne Ansammlung von Trophäen, sondern wo wirklich ne Hand irgendwo drin war. Und irgendwann, ich merk das mittlerweile auch, es gibt natürlich bestimmte Sammlungen, wo ich merke, ›Oh, mein Gott, das ist ne ganz schöne Reflexion meiner Tätigkeit.‹ Ob das dann gut ist oder nicht, ist wirklich ne andere Frage. Ich meine, das ist gar nicht so gut (Interview Alfred Rückert, 2009).

Der Einfluss des Galeristen auf die Zusammensetzung einer Sammlung sollte sich Rückert zufolge in Grenzen halten. Die Begegnung zwischen Galerist und Sammler gleicht im besten Fall einer Unterhaltung zwischen informierten Individuen (er will weder »belabern«, »überreden« noch manipulieren). Würde der Kunstliebhaber überwiegend dem Programm desselben Galeristen folgen, verriete er einen Mangel an Autonomie und verstieße gegen die feldspezifischen Tugenden der Eigensinnigkeit und Individualität; nur die »persönliche Note«, mit der sich Feldakteure typischerweise profilieren, verspricht Rückert gemäß Erfolg. Der Galerist wiederum müsste sich fragen, ob er seinem Anspruch einer redlichen Beratung gerecht wird. Niemand solle alleine auf ihn hören, sagt Rückert, so könnten die Sammlungen nicht reüssieren. »Das sieht dann eben zu sehr aus wie, ›[Rückert] hat da was reingedrückt.‹ Also, es ist gut, wenn die Sammler selber idiosynkratisch sind, genauso idiosynkratisch wie wir Galeristen halt irgendwie die Sachen auswählen. Denn auf diese Weise kommt ne persönliche Note rein, und nicht nur ich als Manipulator.«

5.4.3 Pioniertat an der Peripherie des Feldes

> Aber die [Galerie, M. G.] fing nicht wie ein *white cube* an, sondern es waren wirklich einfach dann ein paar Wände in einem Hotel, *gift shop* eigentlich. Nebenan verkauften sie Blumen und Antiquitäten und Zeitungen. Und ich hatte ein paar Bilder an der Wand (Interview Jakob Pitsch, 2010).

Jakob Pitsch, verheiratet und Vater eines Kindes, wächst als der mittlere von drei Söhnen eines Grafikers und Künstlers, der eine Kunstgewerbeschule besucht hat, und einer ausgebildeten Apothekergehilfin in einer Kleinstadt auf. Seine Großväter sind Angestellte desselben Staatsbetriebs. Der ältere Bruder von Pitsch studiert Sozialwissenschaften und arbeitet als Redaktor und im Verlagswesen, bevor er bei einer Behörde Kommunikationsverantwortlicher wird. Der jüngere Bruder besucht nach dem Gymnasium eine Kunst-

hochschule und lebt als Künstler im Ausland. Wie die Londonerin Frances Avery wird auch Pitsch in das Feld der Kunst hineingeboren, wie deren Eltern bestreitet sein Vater mit Kunst seinen Lebensunterhalt. Dessen risikobehaftete künstlerische Praxis steht in augenfälligem Kontrast zur großväterlichen Berufspraxis des Angestellten im öffentlichen Dienst, die sich durch Gleichförmigkeit, Stabilität und gesichertes Einkommen auszeichnet. Der Vater ist vielseitig und erfolgreich genug, um eine fünfköpfige Familie zu ernähren. Die in der Regel zweidimensionalen Werke oder Entwürfe für Kunst am Bau entstehen im Atelier, das ein Mäzen dem Vater erbaut hat, noch bevor dieser eine Familie gründet. Kunst, wie sie Pitsch primärsozialisatorisch vermittelt wird, bedeutet zunächst einmal Erwerbsarbeit und Alltag. Anders als bei Avery, für die Kunst von früh an für Wertschöpfung, aber auch Bildung und Gelehrsamkeit steht, ist sie im Fall von Pitsch einerseits mit der Herstellung des konkreten Objekts, mit der sinnlichen – unter Umständen taktilen – Erfahrung, mit dem Handwerk also, und andererseits aufs Engste mit der Person des Künstlers und dessen Passion assoziiert. Es ist somit wenig wahrscheinlich, dass Pitsch den Künstler als genialen oder exzentrischen Schöpfer verklärt und eine affektuell besonders aufgeladene Beziehung zu diesem unterhält; er wird als Galerist dessen Autonomie respektieren und ihn als (möglicherweise etwas eigenbrötlerische Sorte) Berufsmenschen ernst nehmen. Wenn Pitsch über Kunst spricht, ist häufig von »Bildern« oder »Arbeiten« die Rede. In einem biografischen Exkurs zu Chen Yifei (1946–2005), einem führenden Maler der chinesischen Kulturrevolution, hebt er dessen handwerkliches Können – die »sehr gute Technik« – hervor und preist ihn als »einen dieser Künstler, der malen kann – nicht wie die westlichen Künstler, die nicht mehr malen können.«

Erkundungen

Im Werdegang von Jakob Pitsch lassen sich zwei mehrjährige, ausgeprägt kontingente Phasen ausmachen, die er damit verbringt, herauszufinden, worauf er sich bildungsmäßig bzw. beruflich einlassen will. Die erste schließt an das Gymnasium, die zweite an das Studium an. Bevor sich Pitsch an der Universität einschreibt, unternimmt er in Europa längere Reisen und geht verschiedenen Erwerbstätigkeiten nach. Ein Studium scheint sich ihm nicht unmittelbar aufzudrängen. Mit dem geisteswissenschaftlichen Studium, das per se nicht auf einen spezifischen Beruf vorbereitet, sondern auf die Ausbildung einer unspezifischen bzw. allgemeinen und autonomen Reflexions-

fähigkeit abzielt, verlängert Pitsch dieses Moratorium de facto. Die Fächerkombination Geschichte, Sinologie und Kunstgeschichte verrät ein Interesse an Gegenwartsphänomenen und am Sondieren der »Gründe ihres geschichtlichen So-und-nicht-anders-Gewordenseins«,[319] aber auch ein Bedürfnis, einen eigenständigen Zugang zur Kunst zu finden, und die Bereitschaft, sich mit dem Fremden auseinanderzusetzen. Wichtig für den Entschluss, Sinologie zu studieren, ist für Pitsch, dass es sich bei China um eine »Geschichte« handelte, über die er »zu wenig wusste« und die »nicht so beeinflusst von unserer Kultur ist«, »einfach eine gewisse selbstständige Sache«. Doch sieht er diesen Schritt vor allem auch als das Ergebnis einer spontanen Entscheidung, hinter der keine »tiefe Überlegung« stecke: »Am Morgen überlegte ich, traf dann jemanden, der Chinesisch studierte, und dachte, wieso mache ich das eigentlich nicht auch. Und heute ist Anmeldetermin. Okay, einschreiben. Und dann ging es los.«

Jakob Pitsch zeichnet von sich das Bild eines Menschen, den das Leben in immer größere Städte führt und den das »Herumreisen als Tourist«, das tendenziell bloß flüchtige Begegnungen zulässt, immer weniger befriedigt. Die Wahl des Studienfachs Sinologie ist zwar spontan, jedoch nicht minder spezifisch motiviert. Sie ist mit der Aussicht auf eine neue, ferne Destination verknüpft. »Ich hatte die Idee, wenn man Chinesisch studiert, kann man nach China, und das ist spannend.« Von der Möglichkeit, sich in eine fremde Welt zu begeben, »um etwas zu tun«, macht Pitsch ausgiebig Gebrauch und verbringt zwei Jahre als Austauschstudent in der Volksrepublik China in einer »Millionenstadt« im Umbruch. »Es war eine gute, sehr interessante Zeit. In der Uni wohnen, und all diese Leute, die sehr informiert waren, wollten wissen was [in Pitschs Heimat, M. G.] läuft.« Er trägt »ziemlich viel Material« – »Bücher, Dokumente, eine Riesensammlung« – zum zeitgenössischen Filmschaffen zusammen und schreibt gestützt auf die Dokumentation eine Abschlussarbeit, die wie eine geglückte Synthese seines Studiums die drei Fächer integriert. Den Preis, den Pitsch für seine ausgiebige Immersion bezahlt, ist eine Art Entfremdung vom heimischen Kontext, die ihn dazu veranlassen wird, nach China zurückzukehren. Nachdem er sich gegen die Fortsetzung des akademischen Weges entschieden hat und weil aufgrund der verschlechterten Beziehungen vieler Staaten zu China infolge der Niederschlagung der Proteste auf dem Tiananmen-Platz im Juni 1989 »außerhalb der Uni nix mehr los war mit China oder mit Kultur und China«, geht er resigniert einer

319 Weber 1988 [1904]: 170f.

Brotarbeit nach. »Und dann dachte ich, gebe ich es halt ganz auf.« Doch er erträgt die Diskrepanz zwischen dem, was er tut, und dem, was er gerne täte, bald nicht mehr. Nach zwei Jahren bricht er nach Hongkong auf, in der Absicht, die Arbeit zum chinesischen Filmschaffen fortzusetzen.

Ähnlich wie der New Yorker Künstler und Galerist Emmett Cole (Kapitel 5.2.3) sucht auch Jakob Pitsch eine für seine genuinen Interessen stimulierende Umgebung. Doch teilt Pitsch weder dessen intellektuelle Verspieltheit und dekonstruierenden Blick noch dessen Affinität zur kollektiven Praxis. Seine Neugierde gleicht eher der eines Ethnologen, der auf eigene Faust einsame Streifzüge ins exotische Feld unternimmt, Ungesehenes aufstöbert und auf diese Weise unversehens Teil der »Avantgarde« der Inklusion Ostasiens in das »globalisierte« Kunstfeld wird. Die britische Kronkolonie, deren Ruf als »Tor zu China« Pitsch bekannt ist, erscheint wie die anvisierte erste Etappe auf dem Weg zurück in die Volksrepublik. Da Pitsch auswandert, ohne zu wissen, wie er seinen Lebensunterhalt bestreiten wird, ist die Emigration gleichzeitig eindeutig auch ein Wagnis, das von Zuversicht und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten zeugt, auf sich alleine gestellt zurechtzukommen. Am Plan, seine Recherchen weiterzutreiben, hält er allerdings nicht lange fest. Zu wichtig ist ihm der Gegenwartsbezug dessen, womit er sich beschäftigt. Seine »Sammlung«, kommt er zu dem Schluss, ist »schon veraltet«, weil sich die Bedingungen für das Kulturschaffen in China, wie er schlüssig darlegt, seit seinem ersten Aufenthalt verändert haben. »Es war eine andere Zeit«, sagt er mit Blick auf die 1980er Jahre, das Thema ist für ihn »vorbei«. Ausstellungs- und Messebesuche lenken ihn auf eine neue Fährte. Nach einigen Monaten beginnt er bei einer Kunsthandlung zu arbeiten, die von einem Ausländer aus dem Westen betrieben wird. Sie bietet sowohl ältere als auch Gegenwartskunst sowie Antiquitäten an und ist nicht dem Neuen verpflichtet, sondern richtet sich danach aus, so Pitsch, was dem Publikum gefiel. Sie gehört zu den größeren Geschäften der Stadt, ist aber klein genug, dass ihr Personal verschiedene Aufgaben übernimmt. Pitsch ist Mitte dreißig, als er beruflich erstmals mit dem Kunsthandel in Berührung kommt. Der Zugang zum Berufsfeld stellt sich in seinem Fall zunächst als die Lösung des Problems dar, seinen Aufenthalt in China dauerhaft sicherzustellen.

Rund drei Jahre nach seiner Ankunft in Hongkong siedelt Jakob Pitsch aufs Festland in die ihm vom Studium her bekannte Stadt über, ein Wirtschafts- und Handelszentrum Asiens, um an dem Ort, der ihm besser gefällt, etwas »Eigenes« zu tun und wo er ein Zukunftspotenzial erahnt. Die Selbstzuschreibung prognostischer Fähigkeiten erscheint im Lichte seines Werde-

gangs als durchaus sachhaltig. »Hongkong interessierte mich nicht. Ich hatte das Gefühl, Hongkong ist dann mal vorbei als Fenster, als Brückenkopf Chinas. Irgendwann gehen die Leute dann direkt nach China.« Auch in der rasch wachsenden Wirtschaftsmetropole weiß er zu improvisieren, »um zu überleben, durchzukommen«. Er arbeitet (vermutlich rund ein Jahr) am Aufbau der Niederlassung einer Hongkonger Handelsfirma – doch steht mit dieser Rückkehr für Pitsch nun auch fest, dass er »weiter etwas mit Kunst machen« will. Er sucht Künstler auf und trifft sich mit Bekannten. Als habe er sich mangels besserer Alternativen bloß für die vernünftigste unter mehreren Optionen entschieden, bemerkt Pitsch lapidar: »Und dann bin ich halt ein wenig in diese Kunst: Ja okay, dann mache ich eine Galerie auf.« Dass es ihm wesentlich darauf ankommt, in dieser Metropole zu leben, unterstreicht die Tatsache, dass er sich trotz der Einschätzung »aller«, die Stadt sei der »falsche Platz«, sein Unterfangen dort ohne Markt »hoffnungslos«, gegen einen geschäftlich kurzfristig vorteilhafteren Standort entscheidet.

Als periphere Region des Kunstfeldes stellt sich China in den frühen 1990er Jahren nicht nur insofern dar, als chinesische Gegenwartskunst im Nordwesten noch kaum sichtbar ist, sondern auch, weil vor Ort kaum Institutionen zu deren inhaltlicher und warenförmiger Vermittlung existieren. »In [U.] gab's nichts, gab's keine Galerie, keinen Ort, wo die Künstler, zum Ausstellen für die Leute, die dort waren, vorbeikamen, keinen Ort, um Kunst anzuschauen.« Entsprechend gering sind die Vorbehalte der Künstler dem Fremden gegenüber. »Die waren ja in einer Situation, wo eigentlich niemand diese Bilder ansah, egal, ob du aus China kommst oder aus dem Ausland, und waren eigentlich immer froh um jeden, der sie anschaute. Es war keine Diskussion, ›Du bist ein Ausländer.‹, oder so. Sondern jeder, der sich interessierte, war gut.« Pitsch trifft zwar auf eine Kunstproduktion, die noch kaum bewirtschaftet wird, muss aber feststellen, dass er aufseiten der Künstler einen Bedarf dafür nicht einfach voraussetzen kann. Diese begegnen der Institution der Galerie anfangs durchweg skeptisch. »Die Künstler waren am Anfang auch nicht so ganz begeistert, das in [U.] zu zeigen. Wussten nicht genau, was eine Galerie macht. Die hatten ja nie eine Galerie gesehen. Das einzige bekannte Verhältnis zu Galerien war, dass hie und da Ausländer vorbeikamen und Bilder abtransportierten und wieder verschwanden.« In China auszustellen, sehen die Künstler durchaus als Risiko, weil sie soziale Sanktionen befürchten. Trotz ihrer Lage am Rande der chinesischen Gesellschaft, teilen sie mit den transatlantischen Künstlern nicht deren – sei es auch nur in Bezug auf die Kunstgeschichte – antikonformistisches Selbstverständnis.

»Da waren sie nicht so begeistert, weil sie das Gefühl hatten und auch sagten, ich spinne. ›Ich will lieber das Gesicht noch wahren in diesem Land, also irgendwie im Ausland zeigen.‹ Da kannst du dann sagen, ›Oh, jetzt habe ich in Deutschland eine Ausstellung gehabt.‹ Und das ist gut, oder. Aber in China etwas zeigen, von dem alle Leute das Gefühl haben, ›Das ist Quark.‹, das ruiniert dich.«

Beim Versuch, ein neues Vermittlungsmodell einzuführen, ist Jakob Pitsch nicht nur mit der Skepsis der Produzenten, sondern auch mit behördlichen Normen konfrontiert, die ihn de facto in die Illegalität drängen. Außer Großverteilern ist Ausländern der Detailhandel verboten, und »was mit Kultur zu tun hat«, ist, muss er feststellen, »noch schlimmer«. Pitsch beginnt, Ausstellungen in Restaurants, bei Freunden und in seiner Wohnung zu organisieren. Seine Galerie eröffnet er in einem Hotel, das ihm kostenlos »ein paar Wände« zur Verfügung stellt und dafür einen Prozentsatz der Verkaufserträge kassiert. Die Presse darf nicht über die Ausstellungen berichten. Noch bevor er separate Räumlichkeiten bezieht, gelingt es Pitsch auf diese Weise, vermögende ausländische Gäste und sehr bald auch – zunächst vereinzelte, jedoch deutungsmächtige – Feldakteure aus dem Nordwesten für chinesische Gegenwartskunst zu interessieren. Nach rund 15 Jahren Geschäftstätigkeit, die von einem starken Wirtschaftswachstum in China[320] und der Expansion des Kunstfeldes sowie von der präzedenzlosen Sichtbarwerdung von und Nachfrage nach chinesischer Gegenwartskunst begünstigt worden ist – »es war so peinlich, wie viele Leute chinesische Kunst sammeln« –, betreibt Pitsch in der Metropole mehrere Schauräume sowie an einem zweiten Standort eine weitere Filiale; seit 2010 sind andere Niederlassungen, darunter eine im Ausland, hinzugekommen sowie der Umzug des Hauptsitzes an eine neue Adresse innerhalb der Stadt. Zusammen mit etwa zwanzig Angestellten vertritt er zwischen vierzig und fünfzig Künstler, wovon rund die Hälfte in der Metropole lebt (2018 sind es sechzig). Der hohe Anteil lokaler Künstler reflektiert die dominierende Position, die Pitsch nun besetzt. »Sie wollen natürlich bei uns dabei sein, haben fast Angst, anderswo dabei zu sein«, sagt Pitsch, der nicht zur Selbstüberschätzung neigt.

Die Eröffnung der Galerie ist für Jakob Pitsch gleichbedeutend mit der Realisierung der angestrebten dauerhaften Rückkehr nach China. Allerdings hätte er diesen Wunsch am einfachsten verwirklichen können, wenn er sich von einem internationalen Großkonzern hätte verpflichten lassen. Sinnstif-

320 Vgl. Osnos 2015.

tend – etwas, »woran ich selber glaubte« – scheint für Pitsch jedoch eine berufliche Tätigkeit erst dann zu sein, wenn sie Raum für seine genuine Freude am Erkunden und Entdecken und das daran gebundene nötige Maß an Autonomie bietet. Seine Aussage, am Anfang habe keine »Business-Idee« gestanden, seine Galerie habe nur an diesem unerschlossenen Ort entstehen können, ist plausibel. Gleichwohl muss er von einer »Anfangsüberlegung« ausgehen, die ihm eine Zukunftsperspektive eröffnet. Sie lautet, dass »internationale Kunst« auch Kunst aus China umfassen muss – »whatever that is«. Dabei ist die Herangehensweise Pitschs weniger die eines Kunsthistorikers, der bewertet, als die eines Ethnologen oder Archäologen, der Objekte ungeachtet ihres symbolischen Werts sammelt und inventarisiert. »Für mich war es gar nicht so die Frage, ist das gute Kunst oder nicht gute Kunst.« Es geht ihm darum, »chinesische Kunst zu finden. Wir dokumentierten es einfach.« Allein die Zeit, die aufzubringen er gewillt ist (die niedrigen Lebenshaltungskosten begünstigen dies zweifelsohne), die Geduld, die er als Autodidakt braucht, um sich Wissen über diese nicht-transatlantische künstlerische Praxis und ihre Geschichte anzueignen, und die dazu nötige Muße setzen einen geringen ökonomischen Handlungsdruck – und insofern eine konkurrenzlose Situation – voraus. Er hätte in seiner alten Heimat vermutlich nie eine Galerie eröffnet, sagt Pitsch. »Aber wenn du eine Stadt hast, siehst Kunst, siehst, dass die Künstler etwas am Tun sind, dass sich etwas Neues bewegt, dass es keine Galerien gibt.« Er will die Kunst, zu der er anfangs keinen Zugang hat, »verstehen«. »Ich konnte eigentlich nicht viel anfangen mit dieser Sache, die ich sah. Und als ich nach [U.] kam, war es eigentlich fast dasselbe. Ich konnte jetzt nicht sagen, das ist jetzt der Künstler, der mich total interessiert.« Er konstatiert, dass er sich nicht auf eingeschliffene kunsthistorische Wahrnehmungsmuster (aus dem Nordwesten) verlassen kann und stattdessen einen anderen Blick ausbilden muss. Den Zugang eröffnet er sich durch »viel anschauen«, aber ebenso, indem er – pragmatisch abkürzend – auf die Reputation von Künstlern – solcher, die »irgendwie einen gewissen Respekt haben« – abstellt und diese gezielt aufsucht.

Erschwert wird seine Erkundungsarbeit zudem durch im Zentrum des Feldes vorherrschende Kriterien des »Zeitgenössischen«. Diese erweisen sich als kontraproduktiv und verleiten Jakob Pitsch zunächst beispielsweise dazu, Malerei zu ignorieren, weil diese in den frühen 1990er Jahren im Westen nicht gerade angesagt gewesen sei. Doch weit sei er damit nicht gekommen. Er kommt zu dem Schluss, dass er zu rasch geurteilt hat, »gewisse Sachen vergessen« und »dahinter schauen« muss. Pitsch entwirft etwas, was im Zen-

trum des Feldes bereits existiert – eine Geschichte bzw. ein Referenzsystem, das es ihm erlaubt, vor Ort produzierte Kunst einzuordnen (sie individuell zu rezipieren), bevor er dazu übergehen kann, ihre Vermittlung zu initiieren. »Es war ein Paradies. Man konnte zum Teil fünf, zehn, fünfzehn, zwanzig Jahre zurück. Und wenn du es nicht verstandest, konntest du fragen: ›Was hast du dann dort gemacht?‹ und: ›Weshalb hast du das gemacht?‹ Und es waren all diese Arbeiten da, und die Künstler hatten Zeit, wie nur in so Filmen. Es kam nie jemand vorbei. Man konnte wirklich in diese Welt hineinkommen.« Die Anfänge der Galerie stehen denn auch im Zeichen von ökonomisch tendenziell unergiebigen Ad-hoc-Projekten. »Wenn man etwas zeigen kann und es Spaß macht, ist es gut«, lautet Pitschs Devise. »Ich wusste, es gibt gar kein Publikum. Ich kann machen, was immer gut ist.« Die Zustände sind »wirklich halbwegs paradiesisch«, weil es »keinen Druck« gibt. Ausstellungen resultieren spontan aus Atelierbesuchen: »›Oh, da gibt es gute Arbeiten.‹ – ›Machen wir eine Ausstellung, morgen oder in zwei Wochen?‹« Die vollkommen marginale Lage der Stadt erlaubt es Pitsch, wie ein Liebhaber zu operieren: »Es interessierte sich niemand für die gute Kunst. Es war absolut nicht wichtig, wann man die Ausstellung macht.«

Die Erziehung des (lokalen und externen) Publikums geschieht anfangs auf der ganz basalen Ebene der Sichtbarmachung von Kunst durch ihre Präsentation in dafür hergerichteten bzw. gekennzeichneten separaten Räumlichkeiten. Es geht darum, »einfach überhaupt die Leute vorzustellen«, von denen auch jene als neu wahrgenommen werden, die seit Jahrzehnten tätig sind. »Also, es war häufig so ganz elementar: ›Kann der denn malen?‹ – ›Ja, der ist seit vierzig Jahren am Malen.‹« Den zu Beginn bescheidenen Erwartungen des Publikums entspricht die rudimentäre Infrastruktur. »Am Anfang konnte ich ja die Bilder einfach an Fischleinen aufhängen. Das war gut, weil alle froh waren, dass sie überhaupt Bilder sehen konnten. Und jetzt musst du sie natürlich schön aufhängen, weiße Wände haben, das Licht darauf richten. Es wird alles viel teurer. Die Ansprüche sind viel höher.« Indessen hat das berufliche Handeln von Pitsch trotz der relativen Schwerfälligkeit, die sich aus dem expandierenden Geschäft und der größeren Professionalität für den Galeriebetrieb zwingend ergibt, einen – angesichts seiner signifikanten Position im Kunstfeld doch überraschend – spontanen und experimentierenden Zug beibehalten. Insofern kontrastiert es mit dem strategisch durchdachten und planmäßigen Handeln von Galeristen wie Stanley Lowell (Kapitel 5.3.2), Ida Haufler oder Marie Feldmann, die genau begründen kann, weshalb ein Standbein im Ausland nötig geworden war (Kapitel 5.1.1). »Es

hat sich einfach ergeben«, beschreibt Pitsch beispielsweise die Eröffnung einer Zweigniederlassung. »Also, irgendwie hatte einer ein Stück Land, hat einen Künstler gefragt, ob er es wolle, um ein Studio zu machen. Und dem war es zu groß. Er fragte uns, ob wir eine Galerie machen wollen. ›Okay, machen wir halt eine Galerie.‹ Dann haben wir dort eine Galerie gebaut. Aber es ist wirklich ein Versuch. Das meiste, was wir machen, ist ein wenig so.«

Mission

Jakob Pitsch ist ein Akteur des expandierenden Kunstfeldes, genauer: einer jener Agenten, die den Anschluss der Peripherie an das Zentrum betreiben. Doch definiert er sich paradoxerweise gerade nicht über ein entgrenztes, inklusives Programm, sondern über einen exklusiven, lokalen bzw. regionalen Bezug – mit dem er wiederum riskiert, genau jener Etikettierung Vorschub zu leisten, die er vermeiden will, weil sie, obschon sie die Vermarktung erleichtert, die symbolische Validierung von Gegenwartskunst gefährdet. Diese konträr zum Selbstverständnis vieler Akteure, die sich in einem »globalisierten« Feld wähnen, verlaufende Positionierung dürfte entscheidend für den Erfolg von Pitsch sein. Seine Reputation baut sozusagen auf einer kulturellen bzw. nationalen Kompetenz auf. Um im Nordwesten als glaubwürdiger Vermittler wahrgenommen zu werden, muss er ein exklusiv chinesisches Programm vorweisen; dies umso mehr, als er selbst nicht aus China stammt. Was aus dem Zentrum des Feldes besehen als kluge Geschäftsstrategie gelten mag, folgt in der subjektiven Intention Pitschs einer anders gelagerten Logik. Sein Anliegen ist es, den Künstlern zunächst einmal vor Ort zu Sichtbarkeit zu verhelfen. »Und alle diese Kunst sollte man eben in China zeigen, nicht nur in Hongkong«, meint er mit Blick auf die Situation, die er in den frühen 1990er Jahren vorfand. Pitsch, der die Rezeption von Gegenwartskunst aus *und* in der Volksrepublik mit anstößt, sieht sich als Vermittler zwischen den lange isolierten Produzenten und einer Gesellschaft bzw. Öffentlichkeit, die solche Kunst ignorierte und zum Publikum erzogen werden soll. »Die Künstler hatten keine Ahnung, wieso die Leute diese Sachen kaufen, wie sie sie anschauen. Ich habe das Gefühl, eine Galerie muss man dort machen, wo die Künstler arbeiten.«

Auch die Vorstellung, dass räumliche Nähe zum Künstler Voraussetzung für eine gelingende Zusammenarbeit ist, steht in scharfem Kontrast zur im Kunstfeld vorherrschenden »globalistischen« Norm, der zufolge Erfolg und Mobilität der Akteure positiv miteinander korrelieren und eine lokale oder

regionale Orientierung demnach gleichbedeutend mit Irrelevanz ist. Auch sie ist in einer spezifischen Motivlage – im Wunsch nach einem Leben in der Millionenstadt – und in der Zeit begründet, die einem die Erkundung und Erschließung einer Gegenwartskunst außerhalb der transatlantischen Kunstgeschichte abverlangt. Die Erfahrung der zeitraubenden Erkundungen prägt Pitschs Selbstverständnis als Vermittler. Weil er davon ausgeht, dass potenzielle (chinesische und auswärtige) Vermittler und Sammler einen ähnlichen Bildungsprozess durchlaufen müssen wie er, rechnet er (zumindest anfangs) bis zum Verkauf a priori stets mit einer längeren Zeitspanne. Pitschs Interesse an einem langfristigen Arbeitsbündnis ist insofern eine direkte Folge der erheblichen Zeit, die *scouting* – im wahrsten Sinne: das Auskundschaften der Stadt – und inhaltliche Erschließung in Anspruch nehmen. »Bei den Künstlern geht es vielleicht fünf Jahre, bis ich ein Bild verkaufen kann. Also ich schaue mal, wen es da gibt, und zeige die mal. Ich sage niemandem: ›Das ist der beste Künstler.‹ Das sah ich in Hongkong oft genug, wie verkauft wird. Das interessierte mich nicht. Ich wollte wirklich, dass die Leute auch begreifen, was ich gut finde, wofür ich aktiv Position beziehe.« Pitsch meidet das aufdringliche Anpreisen, weil er beim Sammler stillschweigend ein ähnliches Interesse an der Sache um ihrer selbst willen voraussetzt, wie es ihn anleitet.

»Ganz von Anfang an hatten die Künstler immer die Erwartung, sie müssten einen großen Katalog machen«, erzählt Jakob Pitsch. »Das war fast das Erste.« Die Dokumentation des Werks der ausstellenden Künstler, eine der Kernaufgaben einer Galerie, ist an der Peripherie des Feldes umso wichtiger als vor dem Erscheinen Pitschs dem Verkauf (in der Regel wohl punktuell und direkt aus dem Atelier heraus) keine Präsentation vorausging und insofern auch keine Rezeption in Gang kommen konnte. Nicht nur hatte der Produzent keinerlei Kontrolle über den Verbleib des Werks; er blieb als singulärer Schöpfer im Dunkeln, da seine künstlerische Biografie nicht aufgezeichnet bzw. nicht konstruiert wurde. »Niemand sah diese Arbeiten. Die wurden gekauft, waren verschwunden. Und der Katalog war das einzige, was übrig blieb. Und je dicker der Katalog, desto größer die Reputation.« Die Ausgaben für die Herstellung eines Katalogs sind denkbar niedrig im Vergleich zu den Kosten von Werkproduktionen, mit denen auch Pitsch mittlerweile zu rechnen hat. Mit Dutzenden vertretenen Künstlern sowie Zweigniederlassungen benötigt er einen gewissen Sinn für das organisatorisch Notwendige, doch einer rationalen Verwaltung in der Art, wie Ida Haufler oder Marie Feldmann sie betreiben, entspricht die Funktionsweise der Galerie nicht. »Wir sind immer noch nicht so gut strukturiert«, meint er,

auf die Betreuung der Künstler angesprochen. »Jetzt so ein wenig mehr. Also jetzt läuft nicht mehr alles über mich.«

Die Funktion des *director* bzw. Delegierten, wie sie schon in deutlich kleineren europäischen und amerikanischen Galerien gang und gäbe ist, existiert formell nicht; die Arbeitsteilung ist nach über zehn Jahren noch nicht fixiert. Man habe klein angefangen, sagt Jakob Pitsch, sei gewachsen, jeder habe etwas mehr Verantwortung, »aber die Struktur ist noch nicht so ganz, wie sie sein sollte, eigentlich. Es ist gar nicht klar. Das meiste ist noch selbst-organisierend.« Insofern existieren auch keine systematisch an Angestellte delegierten Arbeitsbündnisse. An ihrer Stelle entstehen oft selbstständig privilegierte Arbeitsbeziehungen unter den Künstlern, wobei aus dem Interview nicht klar hervorgeht, ob es sich durchweg um Künstler handelt, die Rollen kumulieren, d. h. sowohl Betreuer als auch Teil des Programms sind, oder um lokale Künstler, die als Angestellte der Galerie einer reinen Erwerbsarbeit nachgehen. »Es gibt irgendwie Künstler, die sehr viele Beziehungen mit den anderen Künstlern haben«, bemerkt er. Vieles bei den Künstlern laufe über die Künstler. Eine gewisse Distanz zum Künstler scheint auch in Pitschs Äußerungen zum Auktionswesen auf. »Jeder hat so ein wenig seine Erfahrungen gemacht«, sagt er. Manche Künstler hätten »ein wenig mitgemacht« und rasch festgestellt, dass ökonomischen Profit anzustreben großen Druck auf die eigene Praxis erzeuge. Er selbst versucht, »möglichst wenig Zeit damit zu verbringen«.

Das umfangreiche Programm Pitschs (es ist so groß wie jene der größten europäischen und amerikanischen Galerien) bedeutet zwar ein generell loseres Arbeitsbündnis, dürfte es dem Galeristen aber eher erlauben, sich dem Produktionsrhythmus der Künstler anzupassen. Darauf bedacht, die Autonomie der künstlerischen Praxis zu achten, tat Pitsch auch etwas, was angesichts der zentralen Bedeutung von Messen in den meisten Programmgalerien im Zentrum des Feldes als Verletzung eines Tabus gelten dürfte bzw. als Sabotage des Arbeitsbündnisses aufgefasst würde. Er konfrontierte die Künstler sehr kurzfristig mit einem Vorschlag oder verschwieg ihnen schlichtweg, dass er ihre Werke auf einer Messe präsentiert. »Ich sage einem Künstler eigentlich nie gerne: ›Jetzt gehen wir auf die Messe.‹ Zum Teil wussten die gar nicht, dass sie auf der Art Basel sind. Ich wollte wirklich keinen Stress machen.« Erblickt er auf einer Studiovisite »eine gute Arbeit«, fragt Pitsch den Künstler gleich, ob er sie auf die Messe mitnehmen dürfe. Allerdings passt sich auch Pitsch mittlerweile an die Bedingungen des Messe-Regimes an. »Aber jetzt verändert es sich schon, weil all diese Messen früher da-

rüber entscheiden wollen, was kommt. Der Druck ist größer. Also, dass man jetzt hie und da den Leuten doch sagen muss, ›Ich möchte dich jetzt auf der Art Basel zeigen. Hast du eine Idee?‹« Wie in den Anfängen der Galerie, als er Werke noch schlecht beleuchtet an Fischleinen aufhängte, zeigen sich Pitschs explorierender Zug und seine Neigung zu spontanen Entscheidungen auch im Rahmen der Arbeitsbündnisse. »Und ich habe es am liebsten, wenn ich einfach durchs Studio gehen kann. Und zum Teil denkst du, oh, das ist ein gutes Bild. Unter den Arm und hin und den Stand in den letzten drei Minuten ändern – ich fand es immer so am spannendsten.«

Mit der Verpflichtung gegenüber dem Künstler – markiert durch die weitgehende Achtung von dessen Autonomie – kontrastiert bei Jakob Pitsch eine relativ geringe Verpflichtung dem Verbleib des Kunstwerks gegenüber. In einem Kontext, in dem das Sammeln von Gegenwartskunst nach wie vor ein Novum darstellt, wäre es geschäftlich vollkommen unrealistisch, in Bezug auf die Abnehmerschaft, die immer noch stark fluktuiert, besonders selektiv zu sein. »Es ist schwierig«, sagt Pitsch, »es verändert sich auch die ganze Zeit.« Zunächst handelte es sich vorwiegend um vor Ort ansässige Ausländer oder chinesische Sammler aus Hongkong mit Kenntnissen der zeitgenössischen Kunstproduktion. Trotz seiner unterdessen konsolidierten Position, verschafft sich Pitsch nicht systematisch Informationen über die Käufer. So kann er beispielsweise keine Auskunft darüber geben, wie hoch der (vermutlich große) Anteil von Sammlern aus Asien ist. Steigende Preise nennt Pitsch als weiteren Grund, weshalb es schwierig ist, dauerhafte Beziehungen zu Sammlern zu unterhalten. »Wenn du von tausend Dollar auf hunderttausend hinauf willst, musst du die Sammler wechseln.« Ein spezifisch peripheres (bzw. nicht-transatlantisches) Phänomen könnte Pitsch identifiziert haben, sollte seine Diagnose des unsteten Kaufverhaltens von Sammlern als Ausdruck eines ambivalenten Verhältnisses zur Innovation zutreffen. »Aber die Leute haben dann auch wieder zum Teil Angst vor ihrem Mut. Plötzlich vergessen sie wieder, dass sie eigentlich mal mutig waren.« Der »Mut« könnte sich auf das Nicht-Konforme beziehen, das Gegenwartskunst gemäß dem Verständnis ihrer Produzenten und vor allem ihrer Vermittler zwingend auszeichnet, weil sie originell und neu zu sein hat. Darüber hinaus gilt für China ausgeprägt, dass der Erwerb von Kunst mit dem sich seit den 1990er Jahren häufenden sozialen Aufstieg und neuen Wohlstand bzw. Reichtum[321] assoziiert wird. »Aber sehr viele sammelten eigentlich sehr, sehr ernsthaft

321 Crane 2015: 30; Lee 2012; Zhang 2014.

und ohne Hintergedanken«, sagt Pitsch über seine frühen Kunden, »und waren es gewohnt, kauften etwas, und der Nachbar sagt, ›Du spinnst.‹ Und dann plötzlich sagen alle, ›Oh, du bist smart, du musst reich sein.‹« Generell konstatiert Pitsch eine Institutionalisierung des Sammelns von Gegenwartskunst in China, die zur Entstehung von Sammlungen geführt hat, welche nach seinem Dafürhalten relevante Werke erwerben. »Früher war es schwieriger, wichtige Arbeiten nach China zu verkaufen.«

Der mit zunehmender Anerkennung und Nachfrage größeren Wahrscheinlichkeit spekulativen Sammelns begegnet Jakob Pitsch gelassen. »Dann versucht man halt, das nächste Mal ein wenig vorsichtiger zu sein. Und manchmal ist es halt so, kann man auch nicht viel machen. Aber es ist wirklich nicht unsere Welt. Es gibt genug anderes zu tun.« Seine praktische Antwort besteht entweder darin, wie andere seiner Kollegen Käufer nachträglich zu bestrafen (hierin unterscheidet er sich beispielsweise von der maximal flexiblen Lena Crumb [Kapitel 5.1.2], die es sich angesichts der ökonomischen Macht der Sammler nicht leisten will, heteronom motivierte zu sanktionieren). Lässt ein Käufer Werke aus dem Programm versteigern, »dann bekommt er einfach keine Bilder mehr«. Andererseits kann Pitsch ihm verdächtig erscheinenden Akteuren die Kooperation verweigern. Dabei scheint er von richtigen und falschen (strategischen, opportunistischen) Motiven auszugehen. »Wenn einer kommt und sagt, jetzt wolle er mit zwei Millionen Dollar eine Sammlung aufbauen, sagte ich ihm auch, ›Ja, vielleicht machst du das irgendwo anders.‹« Analog zu Frances Avery in London, die im Sammler idealerweise auch einen gesprächsfreudigen Partner findet, beschreibt Pitsch einen Sammler, der sich Zeit nimmt und den wie ihn das Interesse an der Sache und der kognitive Reiz antreiben. Er versuche, »Leute zu finden, die ein wenig mit uns mitmachen, irgendwie verstehen, was er [der Künstler, M.G.] tut, und auch etwas längerfristig dabei bleiben.« Heteronomen Motivlagen – dem Kunsterwerb als Geltungskonsum oder Investition – begegnet er nicht (wie Avery oder Sylvia Newman) mit Ablehnung oder Entrüstung, sondern mit Unverständnis. Sie sind ihm fremd: »So viele Leute schauen diese Auktionskataloge an […], sie verlieren so viel Zeit ihres kurzen Lebens. Sie würden gescheiter diese Bilder anschauen, irgendwie. Dann könnten sie doch mehr begreifen.« Zugänglicher sind Pitsch im Zusammenhang mit der forcierten Kommodifizierung die Motivlagen der Künstler. Manche hätten »in drei Jahren, vier Jahren massiv Geld verdient«, erzählt er. »Also, die haben ausgesorgt für das Leben. Und ich glaube, ein paar haben es auch wirklich ganz bewusst so gemacht. Sie wussten, das ist

die Chance ihres Lebens.« Dabei kommt er ins Sinnieren: »Was war jetzt das Richtige und das Schlechte? Es ist sehr komisch. Ich meine, für uns war die Haltung wirklich klar: ›Wir machen das nicht mit. Boom ist Mist, Kommerz ist Mist.‹ Aber letzthin dachte ich, ›Was hätten wir jetzt, wenn wir während zwei, drei Jahren den Boom mitgemacht hätten? Und hätten Geld auf der Seite gehabt, als dann die Künstler wirklich Geld brauchten?‹«

Als Vermittler von Kunst vom Rand ins Zentrum des Feldes (den Nordwesten und die Biennalen sowie Messen) ist Jakob Pitsch mit zwei wesentlichen Handlungsproblemen konfrontiert. Zum einen ist er bestrebt, die Rezeption dergestalt aufzugleisen, dass die Künstler als je individuelle Positionen (»als Name«) und nicht als Repräsentanten eines Kollektivs – einer »Kultur« – gesehen werden. »Ich interessiere mich für Kunst, nicht für die Exoten.« Insofern versucht Pitsch genau jener Wahrnehmung entgegenzuwirken, die von Kritikern des affirmativen Globalisierungsdiskurses[322] diagnostiziert wurde und im Blick des Zentrums auf die Peripherie strukturell angelegt ist. Dass eine Etikettierung über die Herkunft, die sich im reinen Handel bzw. Sekundärmarkt zur Vermarktung eignen mag, im Fall der Gegenwartskunst für die Erzeugung einer Konsekrationsdynamik nachteilig ist, erfasst Pitsch intuitiv. Er versuche »zu verhindern«, dass ein Boom für chinesische Kunst entstehe, sagt er. Mit Galerien, »die zu viele chinesische Künstler zeigen«, will er nicht zusammenarbeiten. Sei es, weil es ihm gelingt, »nicht mitzuspielen« und selektiv in Bezug auf die Käufer zu sein, oder weil sich sein Programm schlechter als andere vermarkten lässt oder weil er Galerist und nicht reiner Händler ist: Pitsch profitiert zwar von der Preisentwicklung und von der Bereitschaft des Publikums, mehr Geld für Kunst auszugeben, doch nur die wenigsten der von ihm vertretenen Künstler heben »von null auf Ferrari« ab.

Die ökonomische Validierung seines Programms beschreibt Jakob Pitsch nicht als das Ergebnis seiner erfolgreichen Vermittlungsarbeit, sondern als etwas, was ihm sozusagen widerfährt, als Symptom eines umfassenderen Phänomens, des neuen Wohlstands. »Das Positive ist, wir sagten den Leuten jahrelang, ›Das ist gute Kunst, und tausend Dollar, es ist es wert.‹ Denn diese Leute, hatte ich das Gefühl, sammeln immer mit der Reise-Kasse Kunst. Und tausend Dollar ist massiv viel Geld. Aber es ist eine gute Arbeit, und ich habe alles weg. Und dann plötzlich haben diese Leute hunderttausend Dollar und geben es aus.« Den Aufschwung am Kunstmarkt assoziiert Pitsch mit

322 Vgl. Wuggenig 2005: 37–42.

Akteuren, die den kurzfristigen Profit anstreben und auf langfristige Bindungen verzichten. Er denkt, dass die große Nachfrage sich in erster Linie auf Künstler bezieht, die nicht mit Galerien zusammenarbeiten und stattdessen »links und rechts verkaufen – also, wo alle etwas Geld machen konnten, alle Dealer, die kommen und zwanzig Bilder kaufen und sie verscherbeln. Wir versuchten, etwas konservativer mit den Leuten zu arbeiten. Sie sind etwas exklusiver bei uns, das heißt, sie haben nicht so gut verkauft und haben halt nicht so geboomt.« Pitsch stellt den überwiegend symbolischen Erfolg (den »sehr guten Namen«) vieler Künstler seines Programms dem in erster Linie ökonomischen Erfolg opportunistisch handelnder Künstler gegenüber, die im Nordwesten unter dem Etikett »chinesisch« effizient vermarktet bzw. rezipiert werden. Entsprechend kommt es ihm darauf an, mit Galerien mit »internationalem Programm« zusammenzuarbeiten und Werke in »internationale« und nicht in »China-Sammlungen« zu platzieren.

Als Problem für die Rezeption seines Programms im Zentrum des Feldes erweist sich für Jakob Pitsch am Anfang auch der kommerzielle Charakter seines Unterfangens, genauer: die Tatsache, dass er als Entdecker zugleich auch ein Geschäft betreibt. Die ersten Vermittler aus dem Zentrum, denen er begegnet, sind die Kuratoren, also genau jene Feldakteure, die als Agenten des (globalen) Biennalewesens »die Peripherie ins Zentrum holen«[323] und sich wie die Galeristen über die Funktion des Entdeckens definieren. »Sehr viele dieser Kuratoren, die vorbeikommen«, so Pitsch, »haben sofort Angst, wenn sie eine kommerzielle Galerie sehen.« Sie wollten »lieber tief graben, irgendwo« und Kunst »direkt« entdecken – »sonst ist es nicht wahr.« Dass er selbst nicht einheimisch ist, registriert er, vergrössert die Vorbehalte der hochmobilen Kuratoren zusätzlich; vermutlich, weil sie in China mit einem vollkommen unerschlossenen Territorium rechnen (bzw. auf ein solches hoffen) und befürchten, ihren Kredit zu verspielen und sich um die »authentischen« Begegnungen zu bringen, sollten sie sich auf die Selektionsarbeit eines verzerrenden, da fremden Blicks verlassen. Zudem wird die Kolonialgeschichte generell den Verdacht nähren, dass es einem Auswärtigen zuallererst um den ökonomischen Profit geht. »›Wieso muss jetzt ein Ausländer nach [U.], um bei einem Ausländer noch chinesische Kunst entdecken?‹ Dann wollten sie irgendwie über hundert Umwege die echte chinesische Kunst entdecken. Und dann landeten sie schlussendlich wieder bei uns.« Die anfangs fehlende Legitimität hat für Pitsch zur Folge, dass ihm die An-

323 Bude 2012: 115.

erkennung, mit der er aufgrund seiner Selektionsarbeit im Prinzip rechnen könnte, versagt bleibt und er ein Interesse daran hat, als Galerist unsichtbar zu bleiben. Kuratoren, berichtet er, »fingen zum Teil ganz bewusst an, mit gewissen Künstlern zu arbeiten, und sagten niemandem, dass er bei uns ist.« Um den einsetzenden Rezeptionsprozess nicht zu kompromittieren, organisiert Pitsch jahrelang keine Ausstellung der betreffenden Künstler. »Das war die einzige Strategie, als Galerie nicht zu existieren, weil diese Leute zum Teil so blöd sind. Die können nicht einfach sagen, das ist ein guter Künstler und er ist halt in einer Galerie.«

Es erscheint logisch, dass es eines geduldig beratenden Galeristen bedarf, um Künstlern aus noch peripheren Regionen als individuelle Positionen zu einer nachhaltigen (inhaltlichen) Rezeption im Zentrum des Feldes zu verhelfen (und nicht bloß unter einem kollektiven Etikett zu neuen Absatzgebieten). Konversation und Hilfe zur Selbsthilfe sind für einen Auswärtigen unter diesen Bedingungen vermutlich schlicht der einzig funktionierende Modus Operandi. Eine wahlverwandtschaftliche Vergemeinschaftung oder weltanschaulische Allianz anzustreben, wäre zumindest in einem frühen Stadium des Arbeitsbündnisses illusorisch, und nüchterne Betriebsführung wird vermutlich erst dann zu einer Option, wenn sich die Künstler mit den Spielregeln des Kunstfeldes vertraut gemacht haben, sich also genügend selbstständig darin bewegen und ein distanzierteres Verhältnis zum Galeristen in Betracht ziehen können.

6. Schluss

In dieser materialreichen Studie an der Schnittstelle von Kunst-, Professions- und Berufssoziologie sowie Biografieforschung wurde das Spektrum an Merkmalen und Eigenschaften eingekreist, die es einem zentralen Akteur des Kunstfeldes erlauben, seine heikle Rolle im Spannungsfeld von Kunst und Kommerz erfolgreich zu spielen. Die Verknüpfung dieser Perspektiven schärft den Blick für die Anforderungen im Kunstmarkt und die Bedingungen unternehmerischen Handelns, die das Metier der Galeristin bzw. des Galeristen prägen, welche sich dadurch bewähren, dass sie dem Publikum Neues – und nicht Solides bzw. Bewährtes – vermitteln und verkaufen. Als Datenbasis dienten in New York und London sowie der Schweiz und Deutschland durchgeführte Interviews mit Galeristinnen und Galeristen, die an der Förderung und Vermarktung von Künstlerinnen und Künstlern beteiligt sind, welche die einschlägigen Kunsthallen und Museen bespielen, deren Werke auch bei Sammlern begehrt sind und als Spekulations- und Anlageobjekte fungieren können. Alle außer zwei Interviewees sind noch im Geschäft. Die meisten Galerien sind gewachsen, einige haben inzwischen Ableger an neuen Standorten, zum Teil sind es Niederlassungen im Ausland bzw. in Übersee.

Fast die Hälfte der heute aktiven Galerien wurden nach 2000 eröffnet und nur 7 Prozent sind seit mehr als 35 Jahren im Geschäft.[324] Was veranlasst jemanden unter solchen Umständen, sich einen Beruf auszusuchen, in dem die Wahrscheinlichkeit – in aller Öffentlichkeit – zu scheitern nicht nur groß ist, sondern der dazu auch noch mit dem Stigma des Parasitären behaftet ist? Weshalb nimmt jemand die Spannung des Handelns zwischen Kunst und Kommerz in einer Galerie auf sich, wie meistert er/sie die Gratwanderung zwischen Wert- und Zweckrationalität? Wodurch kompensieren Galeristinnen und Galeristen die ihnen entgegengebrachten Vorbehalte? Was

324 Resch 2016: 12.

an der Tätigkeit stiftet ausreichend Sinn? Alleine in der »illusio« begründet kann diese Wahl nicht sein, da es im Kunstfeld noch andere Funktionen gibt, solche, in denen der Druck wesentlich geringer ist, immerfort sein Gespür für das »Zeitgenössische« oder »Innovative« beweisen zu müssen. Die Wahl der Tätigkeit bedingt folglich auch an die Berufspraxis anschlussfähige Lebensentwürfe und Prä-/Dispositionen, die seinsgebunden aus biografischen Herkunftskonstellationen hervorgehen.

Die Fokussierung der handelnden Personen, ihres Modus Operandi, d. h. ihrer Deutung *und* Ausübung der Funktion, legte ein fallrekonstruktives Vorgehen nahe, mit dem ermittelt werden konnte, woher die Dispositionen und beruflichen Selbstverständnisse kommen und wie sie sich im Berufsalltag manifestieren.

Herkunftskonstellationen

Bezüglich der Herkunftskonstellationen erfolgreicher Galeristinnen und Galeristen besteht das hervorstechende Merkmal in der insgesamt überwiegend »unternehmerischen« Prägung der Elterngeneration im Sinne einer selbstständig ausgeübten Erwerbstätigkeit. Dies trifft auf mindestens 18 Väter der 23 Fälle des Samples (und mindestens zwölf Großväter) sowie auf sechs Mütter zu. In sieben Fällen geht die Gründung des elterlichen Unternehmens mindestens auf die Großelterngeneration zurück. Dies weist auf zweierlei hin: Zum einen liegt in der Generationenfolge ein gesteigertes Bedürfnis nach einem höheren Grad an Autonomie des beruflichen Handelns vor, d. h. die implizite Auffassung bzw. normative Setzung, dass eine gelungene Individuierung sich auch als Bewährung im Rahmen einer relativ selbstbestimmten Berufstätigkeit ausdrückt. Zum andern verweisen die Daten auf die Tradierung eines – realistischen – Sinns für das praktisch Mögliche oder Notwendige, eines pragmatischen und opportunistischen Geschäftssinns, den die Aufrechterhaltung eines Galeriebetriebs über längere Zeit bei aller Passion und unternehmerischer Risikobereitschaft erfordert. Kühnheit und Passion alleine führen in dieser Position nicht weit, zweckrationales – berechnendes – Handeln ist unabdingbar.

Aus den biografischen Daten geht ebenfalls deutlich hervor, dass Kenntnisse des Rechnungswesens in diesem hybriden Berufsfeld im Vergleich zu kulturellem Kapital, nicht zuletzt kunsthistorischem Wissen, und der Fähigkeit zu analytischem und strategischem Denken offensichtlich zweitrangig sind. Gerechnet, berechnet und abgerechnet wird selbstredend zwar unab-

lässig, doch kommt es für eine zentrale Position weniger auf eine ordentlich geführte Buchhaltung an als auf kalkulierte Positionierungen und die Fähigkeit, sich mit der intellektuellen – Diskurse schaffenden und bestimmenden – Fraktion der Feldakteure zu verständigen. Entsprechend dominieren bei den Herkunftsmilieus der Galeristinnen und Galeristen bildungs- und besitzbürgerliche Verhältnisse. Nur bei vieren kann eindeutig von einem kleinbürgerlich-gewerblichen Milieu und einer bildungsfernen Herkunftskonstellation gesprochen werden. Um den Beruf des/der Galerist/in anzustreben und sich darin zurechtzufinden, ist also nebst der Tradierung »unternehmerischer« Dispositionen die Tradierung kulturellen Kapitals – unter Umständen auch der »illusio« oder mindestens von Keimen für deren Ausbildung – entscheidend. Kulturelles Kapital ist nicht ausschließlich an formale Qualifikationen oder berufliche Tätigkeiten gebunden und kann auch in der diffusen Form eines relativ unspezifischen ästhetischen oder »kreativen« Sinns zum Ausdruck kommen (Erfinder, Kunstsammler u. a.). Zwei Drittel der Väter und etwas weniger als die Hälfte der Mütter der untersuchten Fälle haben ein Studium abgeschlossen. Auch die Großelterngeneration dieser Fälle birgt kulturelles Kapital (Kunsthändler, Lehrer, Pfarrer, Architekt u. a.).

Verlaufsmuster

Galeristinnen und Galeristen, die ins Zentrum des Kunstfeldes vorgedrungen sind, verkörpern folglich häufig gewissermaßen eine Kombination zweier in den Herkunftskonstellationen existenter Traditionsstränge: »Unternehmertum« und Bildungsaffinität, Prädispositionen zum Kalkül und zur Passion, die mit den beiden Logiken sozialen Handelns assoziiert sind, welche die Berufspraxis in der Galerie definieren: Zweckrationalität und Wertrationalität. Die biografischen Verläufe zeichnen sich durch eine relative Homogenität aus. Nahezu drei Viertel der Fälle (17) haben ein Studium, knapp vier Fünftel eine zumindest kunstnahe Ausbildung abgeschlossen. Zehn haben Kunstgeschichte studiert, fünf Kunst oder angewandte Kunst; dazu kommen eine Architektin, ein Antiquar und ein Buchhändler. Insofern sind die Verläufe bezüglich des Berufszugangs homogener als es ein Beruf erwarten ließe, auf den keine formale Qualifikation vorbereitet(e). 15 der 23 Fälle haben vor dem Schritt in die berufliche Selbstständigkeit in Galerien gearbeitet, darunter sieben als Delegierte bzw. *directors*.

Eine relativ zentrale Position im Feld koinzidiert zudem häufig mit einer Primär- und Sekundärsozialisation in einem zentralen Territorium des

Feldes, d. h. an einem Ort, an dem nicht bloß nichtkommerzielle Schauräume, sondern auch Galerien (in größerer Zahl) in der urbanen Landschaft vorkommen, was die Chance erhöht, dass sie im individuellen Entwurf eines beruflichen Werdegangs auftauchen. Die gradlinigsten Verläufe – vom Kunstgeschichtsstudium direkt in die Galerie – sind an solche Voraussetzung gebunden, können jedoch – insbesondere in den USA – auch dadurch begünstigt sein, dass Galerien eine vergleichsweise kritische, essenzielle Rolle für die Vermittlung von Gegenwartskunst spielen. In Europa bietet das deutlich dichtere institutionelle Subfeld der Museen und Kunsthallen Kunsthistorikerinnen beruflich viel eher eine Alternative. Da es bislang keine Ausbildungsgänge gab, ist ein *learning by doing* essentiell. Beim Schritt zur Gründung einer eigenen Galerie ist neben den Erfahrungen aber auch ein hohes Maß an Selbstvertrauen unabdingbar, d. h. Selbstcharismatisierung, also der Glaube an sich selbst und die eigenen Fähigkeiten, über die richtige Mischung aus Kunst- und Geschäftssinn für den Beruf zu verfügen. Dispositionen zum Handeln und die Kraft zur Tat (Schumpeter) sind ein entscheidendes Moment.

Typologie

Die rekonstruierten Typen des beruflichen Selbstverständnisses sind vielfältiger als die relative Homogenität der Herkunftskonstellationen und biografischen Verlaufsmuster von Galeristinnen und Galeristen vermuten lassen könnte. Die Typenbildung setzt bei der Auslegung der den Beruf konstituierenden Beziehung zwischen Künstler und Galerist an, die als Arbeitsbündnis gefasst wird. Sie macht deutlich, in welchem Verhältnis die diffusen und rollenförmigen Anteile in einem solchen Bündnis stehen können. Obwohl alle Interviewees ein gewisses Maß an Selbstcharismatisierung aufweisen und die doppelte Herausforderung von Geschäftssinn und Kunstsinn, von Kalkül und Passion erfolgreich meistern, sind die Variationen doch beträchtlich. Die vier Modi des beruflichen Selbstverständnisses sind: 1. Betriebsführung, 2. Wahlverwandtschaften, 3. *Curating*, 4. Beratung. Sie entsprechen Idealtypen bzw. Konfigurationen beruflich relevanter Deutungsmuster und habitueller Dispositionen.

1. Im Typus Betriebsführung ist die Arbeitsbeziehung zum Künstler relativ nüchtern und sachlich ausgestaltet. In der Arbeitsbeziehung dominieren Realitätssinn und Pragmatismus, also eher die rollenförmigen Anteile. Es geht um Verwaltung, Organisation und Management, um strategisches

Denken ohne überschäumende Emotionalität. Zentral ist eine rational motivierte Verbindung von Interessen, weniger von ganzen Personen.

2. In maximalem Kontrast zum Typus Betriebsführung steht der Typus Wahlverwandtschaften. Die diffusen Anteile in der Arbeitsbeziehung sind von großer Bedeutung. Es sind eher kleinere Betriebe, die Galeristen bleiben direkt involviert und delegieren das Arbeitsbündnis weniger oft. Sie schätzen das Werk eines Künstlers, wollen ihn aber auch als ganze Person kennen und mögen. Diesem Typus stellt sich das Galerieprogramm als Vergemeinschaftung dar. Die Galerie soll wie eine erweiterte Großfamilie funktionieren, in der sich auch die Künstler untereinander achten und freundschaftliche Beziehungen pflegen. Das Arbeitsbündnis wird als hochgradig diffuse Sozialbeziehung aufgefasst, die wie eine Ehe gelingen, aber auch scheitern kann.

3. Dem Typus *Curating* geht es weniger um pragmatische Geschäftsführung oder emphatische Freundschaftsbeziehungen. Er will Projekte entwickeln, die Kunstwelt verändern und seine Visionen realisieren. Das Arbeitsbündnis gründet weniger in affektiver Affinität als in einer intellektuellen, weltanschaulichen Allianz. Die Eröffnung einer Galerie kommt einer Berufung gleich, einer Verpflichtung gegenüber Künstlern *und* Kunst. Der Typus ist von Sendungsbewusstsein und Gestaltungswillen erfüllt, überzeugt von den eigenen Fähigkeiten, stets ästhetisch stilsicher und innovativ zu sein. Dieser Typus setzt als Ausstellungsmacher die Werke seiner Künstler in den eigenen Räumen in Szene und erzieht die Sammler. Die Galerie wird zum Erfahrungsraum mit einem Bildungsprogramm. Er übernimmt gleichsam die Regie und das Bühnenbild in einem Gesamtkunstwerk.

4. Das Selbstverständnis des Typus Beratung kommt einer professionalisierten Berufspraxis am nächsten: die spezifischen, rollenförmigen und die diffusen Anteile befinden sich in einem relativen Gleichgewicht. Beratung bedeutet Hilfe zur Selbsthilfe. Die Autonomie der Künstler wird betont, mit denen der Typus in eine Art Konversation eintritt, in der es gut zuzuhören und sachlich zu argumentieren gilt. Der beratende Typus sieht sich weder als Betriebsleiter, noch als bester Freund, noch als Regisseur, sondern als aufmerksamer und kluger Vermittler, der dem Sammler gegenüber keine pädagogische Haltung einnimmt.

Literatur

Accominotti, Fabien (2008), »Marché et hiérarchie. La structure sociale des décisions de production dans un marché culturel«, *Histoire & Mesure*, Jg. 23, H. 2, S. 177–218.

Alberro, Alexander (2009), »Institutions, Critique, and Institutional Critique«, in: Ders./Blake Stimson (Hg.), *Institutional Critique. An Anthology of Artist's Writings*, Cambridge, S. 2–19.

Alemann, Heine von (1997), »Galerien als Gatekeeper des Kunstmarkts. Institutionelle Aspekte der Kunstvermittlung«, in: Jürgen Gerhards (Hg.), *Soziologie der Kunst. Produzenten, Vermittler und Rezipienten*, Opladen, S. 211–239.

Alloway, Lawrence (1969), *The Venice Biennale, 1895–1968. From Salon to Goldfish Bowl*, Greenwich.

Assouline, Pierre (1988), *L'Homme de l'art. D.-H. Kahnweiler, 1884–1979*, Mesnil-sur-l'Estrée.

Assouline, Pierre (2002), *Grâces lui soient rendues. Paul Durand-Ruel, le marchand des impressionnistes*, Paris.

Baia Curioni, Stefano (2012), »A Fairy Tale: The Art System, Globalization, and the Fair Movement«, in: Maria Lind/Olav Velthuis (Hg.), *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, Berlin, S. 115–151.

Baia Curioni, Stefano/Forti, Laura/Leone, Ludovica (2015), »Making Visible: Artists and Galleries in the Global Art System«, in: Olav Velthuis/Stefano Baia Curioni (Hg.), *Cosmopolitan Canvases. The Globalization of Markets for Contemporary Art*, Oxford, S. 55–77.

Bayer, Thomas M./Page, John R. (2011), *The Development of the Art Market in England. Money as Muse, 1730–1900*, London.

Becker, Howard S. (2008 [1982]), *Art Worlds. 25th Anniversary Edition, Updated and Expanded*, Berkeley/London/Los Angeles.

Beckert, Jens/Rössel, Jörg (2004), »Kunst und Preise. Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt«, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 56, H. 1, S. 32–50.

Behnke, Christoph (2001), »Zur Gründungsgeschichte deutscher Kunstvereine«, in: Bernd Milla/Heike Munder (Hg.), *Tatort Kunstverein. Eine kritische Überprüfung eines Vermittlungsmodells*, Nürnberg, S. 11–21.

Belting, Hans (2010), »Was bitte heißt ›contemporary‹?«, *Die Zeit*, H. 21, 31.05.2010.
Bonus, Holger/Ronte, Dieter (1997 [1991]), *Die Wa(h)re Kunst. Markt, Kultur und Illusion*, Stuttgart.
Bourdieu, Pierre (1993), *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*, Frankfurt am Main.
Bourdieu, Pierre (1998), *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*, Frankfurt am Main.
Bourdieu, Pierre (2001), *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, Frankfurt am Main.
Bourdieu, Pierre (2011), »Der Markt der symbolischen Güter«, in: Ders., *Kunst und Kultur. Zur Ökonomie symbolischer Güter*, hrsg. von Franz Schultheis und Stephan Egger, Konstanz, S. 15–96.
Bowley, Graham (2013), »For Art Dealers, a New Life on the Fair Circuit«, *The New York Times*, 21.08.2013.
Bowley, Graham (2015), »At Art Basel, a Powerful Jury Controls the Market«, *The New York Times*, 14.06.2015.
Brenson, Michael (1990), »Why Curators Are Turning to the Art of the Deal«, *The New York Times*, 04.03.1990.
Brenson, Michael (1998), »The Curator's Moment – Trends in the Field of International Contemporary Art Exhibitions«, *Art Journal*, Jg. 57, H. 4, S. 16–27.
Bruck, Connie (2010), »The Art of the Billionaire. How Eli Broad Took over Los Angeles«, *The New Yorker*, Jg. 86, H. 39, S. 50–61.
Buchholz, Larissa (2008), »Feldtheorie und Globalisierung«, in: Beatrice von Bismarck/Therese Kaufmann/Ulf Wuggenig (Hg.), *Nach Bourdieu: Visualität, Kunst, Politik*, Wien, S. 211–238.
Buchholz, Larissa (2013), *The Global Rules of Art*, Dissertation Columbia University, New York.
Buchholz, Larissa/Wuggenig, Ulf (2005), »Cultural Globalization between Myth and Reality: The Case of The Contemporary Visual Arts«, *Art-e-Fact: Strategies of Resistance*, Jg. 4, artefact.mi2.hr/_a04/lang_en/theory_buchholz_en.htm (Zugriff: 10.12.2018).
Buchholz, Larissa/Wuggenig, Ulf (2012), »Kunst und Globalisierung«, in: Heike Munder/Ulf Wuggening (Hg.), *Das Kunstfeld. Eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris*, Zürich, S. 163–188.
Buchloh, Benjamin H. D. (2007), »Marian Goodman: Artists and Photographs«, in: Ders. (Hg.), *30/40. A Selection of Forty Artists from Thirty Years at Marian Goodman Gallery*, New York, S. 16–23.
Bude, Heinz (2012), »Der Kurator als Meta-Künstler. Der Fall HUO«, *Texte zur Kunst,* H. 86, S. 108–119.
Bydler, Charlotte (2004), *The Global Art World, Inc. On the Globalization of Contemporary Art*, Uppsala.

Bystryn, Marcia (1978), »Art Galleries as Gatekeepers. The Case of the Abstract Expressionists«, *Social Research*, Jg. 45, H. 2, S. 390–408.

Cohen-Solal, Annie (2010), *Leo and His Circle. The Life of Leo Castelli*, New York.

Crane, Diana (1987), *The Transformation of the Avant-Garde. The New York Art World 1940–1985*, Chicago/London.

Crane, Diana (2015), »La géographie du marché de l'art mondial en pleine évolution: Cultures des arts régionales et mondialisation culturelle«, *Sociologie et sociétés*, Jg. 47, H. 2, S. 19–38.

Dumas, Ann (2006), »Ambroise Vollard, Patron of the Avant-Garde«, in: Rebecca A. Rabinow/Douglas W. Druick/Ann Dumas/Gloria Groom/Anne Roquebert/Gary Tinterow (Hg.), *Cézanne to Picasso: Ambroise Vollard, Patron of the Avant-Garde*, New York, S. 3–27.

Durand-Ruel, Paul (2014 [1939]), *Mémoires du marchand des impressionnistes*, Paris.

Edwards, JoLynn (1996), *Alexandre-Joseph Paillet. Expert et marchand de tableaux à la fin du XVIIIe siècle*, Paris.

Fleck, Robert (2013), *Das Kunstsystem im 21. Jahrhundert. Museen, Künstler, Sammler, Galerien*, Wien.

Fletcher, Pamela M./Helmreich, Anne (Hg.) (2011), *The Rise of the Modern Art Market in London, 1850–1939*, Manchester/New York.

Fletcher, Pamela M./Helmreich, Anne (2012), »Local/Global. Mapping Nineteenth-Century London's Art Market«, *Nineteenth-Century Art Worldwide*, Jg. 11, H. 3, http://19thc-artworldwide.org/index.php/autumn12/fletcher-helmreich-mapping-the-london-art-market (Zugriff: 23.05.2014).

Fox, Dan (2013), »Then & Now. British Art and the 1990s«, *Frieze*, H. 159, https://frieze.com/article/then-now (Zugriff: 09.12.2018).

Furer, Hans (2004), »Wie funktionieren Galerien?«, *Neue Zürcher Zeitung*, 02./03.10.2004.

Galenson, David W./Jensen, Robert (2007), »Careers and Canvases: The Rise of the Market for Modern Art in Nineteenth-Century Paris«, *Current Issues in 19th Century Art (Van Gogh Studies, Bd. 1)*, Amsterdam/Zwolle, S. 137–168.

Garutti, Francesco (Hg.) (2014), *Fairland. Explorations, Insights and Outlooks on the Future of Art Fairs*, London.

Garz, Detlef/Raven, Uwe (2015), *Theorie der Lebenspraxis. Einführung in das Werk Ulrich Oevermanns*, Wiesbaden.

Gautier, Michael (2019), »Mapping the Professional Self-Concepts of Gallery Owners: A Typology«, in: Andrea Glauser/Patricia Holder/Thomas Mazzurana/Olivier Moeschler/Franz Schultheis (Hg.), *The Palgrave Handbook of the Sociology of Art and Markets*, Basingstoke/New York (in Vorbereitung).

Gee, Malcolm (1981), *Dealers, Critics, and Collectors of Modern Painting. Aspects of the Parisian Art Market Between 1910 and 1930*, New York.

Genoni, Ilona (2009), »*Just what is it that makes it so different, so appealing?« Art Basel. Von der Verkaufsmesse zum Kulturereignis*, Dissertation Universität Zürich.

Ginsburgh, Victor/Penders, Anne-Françoise (1997), »Land Artists and Art Markets. An Analysis of Works Sold at Auction 1972–1992«, *The Journal of Cultural Economics*, Jg. 21, H. 3, S. 219–228.

Giuffre, Katherine (1999), »Sandpiles of Opportunity: Success in the Art World«, *Social Forces*, Jg. 77, H. 3, S. 815–832.

Glauser, Andrea (2009), *Verordnete Entgrenzung. Kulturpolitik, Artist-in-Residence-Programme und die Praxis der Kunst*, Bielefeld.

Goldstein, Malcolm (2000), *Landscape with Figures. A History of Art Dealing in the United States*, Oxford/New York.

Grasskamp, Walter (1981), *Museumsgründer und Museumsstürmer. Zur Sozialgeschichte des Kunstmuseums*, München.

Graw, Isabelle (2005), »Jenseits der Institutionskritik. Ein Vortrag im Los Angeles County Museum of Art«, *Texte zur Kunst*, H. 59, S. 40–53.

Graw, Isabelle (2008), *Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur*, Köln.

Graw, Isabelle (2012a), »In the Grip of the Market? On the Relative Heteronomy of Art, the Art World, and Art Criticism«, in: Maria Lind/Olav Velthuis (Hg.), *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, Berlin, S. 183–207.

Graw, Isabelle (Hg.) (2012b), »The Curators«, *Texte zur Kunst*, H. 86.

Graw, Isabelle (2015), »Art Good, Market Evil? Isabelle Graw on False Polarities and Economic Subtexts«, *Texte zur Kunst*, 06.05.2015, https://www.textezurkunst.de/articles/art-good-market-evil/ (Zugriff: 10.12.2018).

Green, Nicholas (2007 [1987]), »Dealing in Temperaments. Economic Transformation of the Artistic Field in France During the Second Half of the Nineteenth Century«, in: Mary Tompkins Lewis (Hg.), *Critical Readings in Impressionism and Post-Impressionism. An Anthology*, Berkeley/Los Angeles/London, S. 31–47.

Grimes, William (2013), »Art Collections a Click Away«, *The New York Times*, 30.09.2013.

Guex, Sébastien (2002), »Le marché suisse de l'art 1886–2000. Un survol chiffré«, *Traverse*, Jg. 9, H. 1, S. 29–62.

Hall, Lee (1991), *Betty Parsons. Artist, Dealer, Collector*, New York.

Hecken, Thomas (2017), »Punk«, in: Ders./Marcus S. Kleiner (Hg.), *Handbuch Popkultur*, Stuttgart, S. 72–77.

Heilbrun, James/Gray, Charles M. (2006 [2001]), *The Economics of Art and Culture*, Cambridge.

Heinich, Nathalie (2014), *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*, Paris.

Herzog, Günter (2003), »Aus dem Himmel auf den Markt. Die Entstehung der Kunstmesse und ›Säkularisierung‹ der modernen Kunst«, *Sediment. Mitteilungen zur Geschichte des Kunsthandels*, H. 6 (Sonderheft »Kunstmarkt Köln '67. Entstehung und Entwicklung der ersten Messe für moderne Kunst 1966–1974«), S. 11–18.

Hest, Femke van (2015), »La présence marginale d'œuvres non occidentales sur le marché de l'art contemporain«, *Revue Proteus. Cahiers des théories des l'art*, H. 8, S. 39–55.

Honegger, Claudia (2001), »Deutungsmusteranalyse *reconsidered*«, in: Roland Burkholz/Christel Gärtner/Ferdinand Zehentreiter (Hg.), *Materialität des Geistes. Zur Sache Kultur – im Diskurs mit Ulrich Oevermann*, Weilerswist, S. 107–136.

Honegger, Claudia/Bühler, Caroline/Schallberger, Peter (2002), *Die Zukunft im Alltagsdenken. Szenarien aus der Schweiz*, Konstanz.

Honig, Elizabeth Alice (1998), *Painting & the Market in Early Modern Antwerp*, New Haven/London.

Hopp, Meike (2012), *Kunsthandel im Nationalsozialismus: Adolf Weinmüller in München und Wien*, Köln.

Hornberger, Barbara (2017), »New Wave/Post-Punk«, in: Thomas Hecken/Marcus S. Kleiner (Hg.), *Handbuch Popkultur*, Stuttgart, S. 78–82.

Horowitz, Noah (2011), *Art of the Deal. Contemporary Art in a Global Financial Market*, Princeton/Oxford.

Jaccard, Paul-André/Guex, Sébastien (Hg.) (2011), *Le marché de l'art en Suisse du XIXe siècle à nos jours*, Zürich.

Jensen, Robert (1994), *Marketing Modernism in Fin-de-Siècle Europe*, Princeton.

Kahnweiler, Daniel-Henry (1998 [1961]), *Mes galeries et mes peintres*, Paris.

Kant, Immanuel (1919), *Kritik der Urteilskraft. Text der Ausgabe 1790, mit Beifügung sämtlicher Abweichungen der Ausgaben 1793 und 1799*, hrsg. von Karl Kehrbach, Leipzig.

Kennedy, Randy (2012), »The Fine Art of Being a Curator«, *The New York Times*, 19.07.2012.

Kennert, Christian (1996), *Paul Cassirer und sein Kreis. Ein Berliner Wegbereiter der Moderne*, Frankfurt am Main.

Klein, Ulrike (1993), *Der Kunstmarkt. Zur Interaktion von Ästhetik und Ökonomie*, Frankfurt am Main.

Krüger, Wolfgang (1984), »Professionalisierung«, in: Harald Kerber/Arnold Schmieder (Hg.), *Handbuch Soziologie. Zur Theorie und Praxis sozialer Beziehungen*, Reinbek bei Hamburg.

Kubersky-Piredda, Susanne (2005), *Kunstwerke – Kunstwerte. Die Florentiner Maler der Renaissance und der Kunstmarkt ihrer Zeit*, Norderstedt.

Le Morvan, Marianne (2011), *Berthe Weill. 1865–1951: La petite galeriste des grands artistes*, Paris.

Lee, Felix (2012), »Sie wollen mehr als Wohlstand. Chinas neue Mittelschicht«, *Die Tageszeitung*, 13.11.2012.

Loichinger, Hannes (2014), »Mit Begriffen Handeln«, *Texte zur Kunst*, H. 96, S. 65–81.

Lowe, Sue Davidson (1983), *Stieglitz. A Memoire/Biography*, New York.

Lüders, Christian/Meuser, Michael (1997), »Deutungsmusteranalyse«, in: Ronald Hitzler/Anne Honer (Hg.), *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung*, Opladen, S. 57–79.

Ludewig, Anna-Dorothea/Schoeps, Julius H./Sonder, Ines (Hg.) (2012), *Aufbruch in die Moderne. Sammler, Mäzene und Kunsthändler in Berlin*, Köln.

Mannheim, Karl (1964 [1928]), »Das Problem der Generationen«, in: Ders., *Wissenssoziologie. Auszüge aus dem Werk*, hrsg. von Kurt H. Wolff, Berlin/Neuwied, S. 509–565.

Mannheim, Karl (1984 [1925]), *Konservatismus. Ein Beitrag zur Soziologie des Wissens*, hrsg. von David Kettler, Volker Meja und Nico Stehr, Frankfurt am Main.

Michel, Patrick (2008), *Le commerce du tableau à Paris dans la seconde moitié du XVIIIe siècle. Acteurs et pratiques*, Villeneuve-d'Ascq.

Moulin, Raymonde (1967), *Le marché de la peinture en France*, Paris.

Moulin, Raymonde (1992), *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris.

Moulin, Raymonde (2003 [2000]), *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris.

Müller, Hans-Joachim (2006), *Harald Szeemann. Ausstellungsmacher*, Ostfildern-Ruit.

Müller-Jentsch, Walther (2013), »Kunstkritik als literarische Gattung. Gesellschaftliche Bedingungen ihrer Entstehung, Entfaltung und Krise«, *Berliner Journal für Soziologie*, Jg. 23, H. 4, S. 539–568.

The Museum of Modern Art (2011), *Annual Report for the Fiscal Year Ended June 30, 2011*, 19.12.2011, https://www.moma.org/momaorg/shared/pdfs/docs/about/AnnualBondDisclosureFY2011.pdf (Zugriff: 08.12.2018).

North, Michael (2001 [1992]), *Das Goldene Zeitalter. Kunst und Kommerz in der niederländischen Malerei des 17. Jahrhunderts*, Köln/Wien.

O'Doherty, Brian (1999 [1976]), *Inside the White Cube. The Ideology of the Gallery Space, expanded edition*, Berkeley/Los Angeles/London.

Oevermann, Ulrich (1991), »Genetischer Strukturalismus und das sozialwissenschaftliche Problem der Erklärung der Entstehung des Neuen«, in: Stefan Müller-Doohm (Hg.), *Jenseits der Utopie. Theoriekritik der Gegenwart*, Frankfurt am Main, S. 267–335.

Oevermann, Ulrich (1995), »Ein Modell der Struktur von Religiosität. Zugleich ein Strukturmodell von Lebenspraxis und von sozialer Zeit«, in: Monika Wohlrab-Sahr (Hg.), *Biographie und Religion. Zwischen Ritual und Selbstsuche*, Frankfurt am Main/New York, S. 27–102.

Oevermann, Ulrich (1996), »Theoretische Skizze einer revidierten Theorie professionalisierten Handels«, in: Arno Combe/Werner Helsper (Hg.), *Pädagogische Professionalität. Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns*, Frankfurt am Main, S. 70–182.

Oevermann, Ulrich (1997), »Der Galerist – Versuch einer soziologischen Strukturanalyse«, in: Frankfurter Kunstverein (Hg.), *Hommage an Horst Appel. Von Avramidis bis Zorio*, Frankfurt am Main, S. 78–85.

Oevermann, Ulrich (1999), »Bewährungsdynamik und Jenseitskonzepte – Konstitutionsbedingungen von Lebenspraxis«, in: Walter Schweidler (Hg.), *Wiedergeburt und kulturelles Erbe. Ergebnisse und Beiträge des Internationalen Symposiums der Hermann und Marianne Straniak Stiftung, Weingarten 1999*, Sankt Augustin, S. 289–338.

Oevermann, Ulrich (2000), »Die Methode der Fallrekonstruktion in der Grundlagenforschung sowie der klinischen und pädagogischen Praxis«, in: Klaus Kraimer (Hg.), *Die Fallrekonstruktion. Sinnverstehen in der sozialwissenschaftlichen Forschung*, Frankfurt am Main, S. 58–156.

Oevermann, Ulrich (2001), »Die Struktur sozialer Deutungsmuster – Versuch einer Aktualisierung«, *Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung*, Jg. 2, H. 1, S. 35–81.

Oevermann, Ulrich (2008), »Profession contra Organisation? Strukturtheoretische Perspektiven zum Verhältnis von Organisation und Profession in der Schule«, in: Werner Helsper/Susann Busse/Merle Hummrich/Rolf-Torsten Kramer (Hg.), *Pädagogische Professionalität in Organisationen. Neue Verhältnisbestimmungen am Beispiel der Schule*, Wiesbaden, S. 55–77.

Osnos, Evan (2015), *Große Ambitionen. Chinas grenzenloser Traum*, Berlin.

Palmer, Norman (2012), »Relinquishment and Responsibility. The De-Accessioning of Objects from Museum Collections in England and other Common Law Countries«, in: Peter Mosimann/Beat Schönenberger (Hg.), *Kunst & Recht 2011*, Bern, S. 13–76.

Parsons, Talcott (1991 [1951]), *The Social System*, Abingdon.

Paumgarten, Nick (2013), »Dealer's Hand«, *The New Yorker*, Jg. 89, H. 39, S. 38–51.

Pogrebin, Robin (2016), »Art Galleries Face Pressure to Fund Museum Shows«, *The New York Times*, 07.03.2016.

Polanyi, Michael (2009 [1966]), *The Tacit Dimension*, Chicago/London.

Quemin, Alain (2001*), Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain. Rapport au Ministère des Affaires étrangères, Direction générale de la coopération internationale et du développement*, Ministère des Affaires étrangères, http://www.caap.asso.fr/IMG/pdf/Rapport_Quemin.pdf (Zugriff: 10.12.2018).

Quemin, Alain (2002), *L'art contemporain international: entre les institutions et le marché*, Nîmes.

Quemin, Alain (2006), »Globalization and Mixing in the Visual Arts. An Empirical Survey of ›High Culture‹ and Globalization«, *International Sociology*, Jg. 21, H. 4, S. 522–550.

Quemin, Alain (2008), »Foires et galeries d'art contemporain internationales: un état des lieux inédit«**,** *Le marché de l'art contemporain 2007–2008. Le rapport annuel Artprice/Contemporary Art Market. Artprice annual report*, S. 79–89, https://img-public.artprice.com/pdf/fiac08fr.pdf (Zugriff: 10.12.2018).

Quemin, Alain (2012), »The Internationalization of the Contemporary Art World and Market: The Role of Nationality and Territory in a Supposedly ›Globalized‹

Sector«, in: Maria Lind/Olav Velthuis (Hg.), *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, Berlin, S. 53–83.

Quemin, Alain (2018), »The Uneven Distribution of International Success in the Visual Artists Among Nations, According to the Rankings of the ›Top 100 Artists in the World‹«, in: Victoria D. Alexander/Samuli Hägg/Simo Häyrynen/Erkki Sevänen (Hg.), *Art and the Challenge of Markets Volume 1. National Cultural Politics and the Challenges of Marketization and Globalization*, Cham, S. 249–275.

Reitlinger, Gerald (1961), *The Economics of Taste. The Rise and Fall of Picture Prices 1760–1960*, London.

Resch, Magnus (2016), *Global Art Gallery Report 2016*, London/New York.

Ridler, Gerda (2012), *Privat gesammelt – öffentlich präsentiert. Über den Erfolg eines neuen musealen Trends bei Kunstsammlungen*, Bielefeld.

Robson, A. Deidre (1995), *Prestige, Profit, and Pleasure. The Market for Modern Art in New York in the 1940s and 1950s*, New York/London.

Roeck, Bernd (2013), *Gelehrte Künstler. Maler, Bildhauer und Architekten der Renaissance über Kunst*, Berlin.

Ruppert, Wolfgang (1998), *Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert*, Frankfurt am Main.

Sagot-Duvauroux, Dominique (2004), »Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés. L'exemple des œuvres d'art«, in: Eric Delamotte (Hg.), *Du partage au marché. Regards croisés sur la circulation des savoirs*, Villeneuve-d'Ascq, S. 279–299.

Sassatelli, Monica (2016), »Symbolic Production in the Art Biennial: Making Worlds«, *Theory, Culture & Society*, Jg. 34, H. 4, S. 89–113.

Sassen, Saskia (2001 [1991]), *The Global City. New York, London, Tokyo*, Princeton.

Schallberger, Peter (2002), *Unternehmerisches Handeln und Charisma. Eine Fallrekonstruktion*, Manuskriptfassung, Institut für Sozialforschung, Frankfurt am Main.

Schallberger, Peter (2007), »Erosion der Leistungsethik? Fallrekonstruktiv-empirische Befunde am Beispiel von Unternehmensgründern«, in: Martine Chaponnière/Yves Flückiger/Beat Hotz-Hart/Fritz Osterwalder/George Sheldon/Karl Weber (Hg.), *Bildung und Beschäftigung. Beiträge der internationalen Konferenz in Bern*, Zürich/Chur, S. 59–74.

Schjeldahl, Peter (2012), »Time Warp. A Richard Artschwager retrospective«, *The New Yorker*, Jg. 88, H. 37, S. 82–83.

Schmidtke, Oliver (2006), *Architektur als professionalisierte Praxis. Soziologische Fallrekonstruktionen zur Professionalisierungsbedürftigkeit der Architektur*, Frankfurt am Main.

Schultheis, Franz/Single, Erwin/Egger, Stephan/Mazzurana, Thomas (2015), *Kunst und Kapital. Begegnungen auf der Art Basel*, Köln.

Schultheis, Franz/Single, Erwin/Köfeler, Raphaela/Mazzurana, Thomas (2016), *Art Unlimited? Dynamics and Paradoxes of a Globalizing Art World*, Bielefeld.

Schumpeter, Joseph (1912), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, Leipzig.

Schumpeter, Joseph (1952 [1926]), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*, Berlin.

Sheehan, James J. (2000), *Museums in the German Art World. From the End of the Old Regime to the Rise of Modernism*, New York.

Smith, Charles W. (1990), *Auctions. The Social Construction of Value*, Berkeley/Los Angeles.

Smith, Roberta (2003), »Art World Startled as Painter Switches Dealers«, *The New York Times*, 23.12.2003.

Smith, Roberta (2012), »Art Fairs, Full of Bling if Not Fire«, *The New York Times*, 13.12.2012.

Solomon, Deborah (1993), »The Art World Bust«, *The New York Times*, 28.02.1993.

Strauss, Anselm/Corbin, Juliet (1996), *Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung*, Weinheim.

Strübing, Jörg (2008), »Pragmatismus als epistemische Praxis. Der Beitrag der Grounded Theory zur Empirie-Theorie-Frage«, in: Herbert Kalthoff/Stefan Hirschauer/Gesa Lindemann (Hg.), *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*, Frankfurt am Main, S. 279–311.

Strübing, Jörg (2013), *Qualitative Sozialforschung. Eine komprimierte Einführung für Studierende*, München.

Szántó, András (1996), *Gallery Transformation in the New York Art World in the 1980s*, Dissertation Columbia University, New York.

Timm, Tobias (2011), »Die Macht der Geschmacksverstärker«, *Die Zeit*, H. 19, 12.05.2011.

Tomkins, Calvin (1980), »A Good Eye and a Good Ear«, *The New Yorker*, Jg. 56, H. 14, S. 40–72.

Tomkins, Calvin (2007), »A Fool for Art. Jeffrey Deitch and the Exuberance of the Art Market«, *The New Yorker*, Jg. 83, H. 35, S. 64–75.

Tomkins, Calvin (2013), *Marcel Duchamp. The Afternoon Interviews*, New York.

Thurn, Hans Peter (1994), *Der Kunsthändler. Wandlungen eines Berufes*, München.

Ullrich, Wolfgang (2010), »Marktkunst. Über eine zeitgenössische Erscheinungsweise des Erhabenen«, *Lettre international*, H. 89, S. 100–104.

Veblen, Thorstein (2011 [1912]), *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen*, Frankfurt am Main.

Velthuis, Olav (2005), *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton/Oxford.

Velthuis, Olav/Baia Curioni, Stefano (2015), »Making Markets Global«, in: Dies. (Hg.), *Cosmopolitan Canvases. The Globalization of Markets for Contemporary Arts*, Oxford, S. 1–28.

Verlaine, Julie (2012), *Les galeries d'art contemporain à Paris. Une histoire culturelle du marché de l'art, 1944–1970*, Paris.

Vogel, Carol (2012), »Artist's Exit Sets Back Gagosian Gallery«, *The New York Times*, 14.12.2012.

Vogel, Sabine (2010), *Biennalen – Kunst im Weltformat*, Wien.

Vollard, Ambroise (1937 [1936]), *Souvenirs d'un marchand de tableau*, Paris.

Wagner, Berit (2014 [2008]), *Bilder ohne Auftraggeber. Der deutsche Kunsthandel im 15. und 16. Jahrhundert*, Petersberg.

Warnke, Martin (1996 [1985]), *Hofkünstler. Zur Geschichte des modernen Künstlers*, Köln.

Weber, Max (1972 [1922]), *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*, Tübingen.

Weber, Max (1988 [1904]), »Die ›Objektivität‹ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis«, in: Ders., *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, hrsg. von Johannes Winckelmann, Tübingen, S. 146–214.

Weihe, Hugo Keith (1992), *Künstlerische Qualität und Marktwert*, Dissertation Universität Zürich.

Wernet, Andreas (2006 [2000]), *Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik*, Wiesbaden.

White, Harrison C./White, Cynthia A. (1993 [1965]), *Canvases and Careers. Institutional Change in the French Painting World*, Chicago/London.

Wilmes, Andrea (2012), *Wettbewerb um die Moderne. Zur Geschichte des Kunsthandels in Köln nach 1945*, Berlin.

Wuggenig, Ulf (2003), »Das Empire, der Nordwesten und der Rest der Welt. Die ›internationale zeitgenössische Kunst‹ im Zeitalter der Globalisierung«, *Transversal*, H. 3, http://eipcp.net/transversal/0303 (Zugriff: 10.12.2018).

Wuggenig, Ulf (2005), »Fiktionen, Mythen, Realitäten. Zentren, Peripherien und Kunst«, in: Fernando Alvim/Heike Munder/Ulf Wuggenig (Hg.), *Next Flag. The African Sniper Reader*, Zürich, S. 24–55.

Wuggenig, Ulf (2012a), »Esoterische und exoterische Kunstkritik«, in: Heike Munder/Ulf Wuggening (Hg.), *Das Kunstfeld. Eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris*, Zürich, S. 363–379.

Wuggenig, Ulf (2012b), »Krise der Kunstkritik?«, in: Heike Munder/Ulf Wuggening (Hg.), *Das Kunstfeld. Eine Studie über Akteure und Institutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zürich, Wien, Hamburg und Paris*, Zürich, S. 381–423.

Wuggenig, Ulf (2016), »›Kreativität und Innovation‹ im 19. Jahrhundert. Harrison C. White und die impressionistische Revolution – erneut betrachtet«, in: Gerald Raunig/Ulf Wuggenig (Hg.), *Kritik der Kreativität*, Wien, S. 475–505.

Zembylas, Tasos (2006), »Modelle sozialer (Un)Ordnung. Überlegungen zur Konstitution der Forschungsgegenstände der Kulturbetriebslehre«, in: Ders./Peter Tschmuck (Hg.), *Kulturbetriebsforschung. Ansätze und Perspektiven der Kulturbetriebslehre*, Wiesbaden, S. 17–45.

Zembylas, Tasos (2013), »Die Bedeutung des Praxisbegriffs für die Kultursoziologie«, in: Christian Steuerwald/Frank Schröder (Hg.), *Perspektiven der Kunstsoziologie. Praxis, System, Werk*, Wiesbaden, S. 149–163.

Zembylas, Tasos/Dürr, Claudia (2009), *Wissen, Können und literarisches Schreiben. Eine Epistemologie der künstlerischen Praxis*, Wien.

Zentralarchiv des internationalen Kunsthandels ZADIK (Hg.) (2016), *Art Cologne 1967–2016. Die Erste aller Kunstmessen – The First Art Fair*, Köln.

Zahner, Nina Tessa (2017), »Die Heteronomien des Marktes. Eine Rekonstruktion der Diagnosen zur Ökonomisierung der Kunst«, in: Uta Karstein/Nina Tessa Zahner (Hg.), *Autonomie der Kunst? Zur Aktualität eines gesellschaftlichen Leitbildes*, Wiesbaden, S. 139–164.

Zeitz, Lisa (2008), »Insolvenz mit Folgen«, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 19.09.2008.

Zhang, Wei (2014), »Vergoldete Zeiten. Wer sind Chinas Superreiche?«, *Neue Zürcher Zeitung*, 30.12.2014.

Zolberg, Vera L. (2018), »The United States of Art: A Case Apart?«, in: Victoria D. Alexander/Samuli Hägg/Simo Häyrynen/Erkki Sevänen (Hg.), *Art and the Challenge of Markets Volume 1. National Cultural Politics and the Challenges of Marketization and Globalization*, Cham, S. 43–65.

Dank

Zuerst möchte ich Claudia Honegger meinen großen Dank aussprechen. Sie hat meine Arbeit mit unerschütterlicher Geduld und großem Interesse unterstützt, wichtige Weichenstellungen angeregt und dafür gesorgt, dass ich das schillernde Material in den Griff bekam. André Ducret danke ich sehr für sein Interesse an dieser Studie und das Verfassen des Zweitgutachtens. Zu Dank verpflichtet bin ich auch Dario Gamboni, der mein Gesuch an den Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung für ein Stipendium für angehende Forschende unterstützt hat. Das Stipendium hat mir wertvolle Feldforschung in der Welt- und Galerienmetropole New York ermöglicht. Harrison C. White danke ich für die Einladung an die Columbia University und die Vermittlung wichtiger Kontakte, insbesondere zu Larissa Buchholz und Fabien Accominotti, denen ich für den anregenden Austausch herzlich danke. Ebenfalls danken möchte ich den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Studiengruppe für objektiv-hermeneutische Fallanalysen des Instituts für Soziologie der Universität Bern für aufschlussreiche Analysesitzungen zu Interviewpassagen. Mein Dank geht nicht zuletzt auch an die interviewten Galeristinnen und Galeristen für die Zeit, die sie sich für die längeren Gespräche genommen haben, und ihre Auskunftsfreudigkeit sowie an die Expertinnen und Experten, die ich bei meinen frühen Sondierungen des Kunstfeldes befragen konnte und die mir erste Galerietüren geöffnet haben.

Thomas Brodbeck, Urs Hafner, Regula Ludi, Robert Schäfer und Peter Schallberger haben Teile des Manuskripts gelesen. Für ihre hilfreichen Kommentare sei ihnen herzlich gedankt. Jana Schrewe danke ich für das kompetente Korrektorat. Ganz besonders danken möchte ich Andrea Glauser, ohne die es dieses Buch nicht gäbe. Sie hat mich zu diesem Projekt ermuntert, es unterwegs mit spannenden Einsichten bereichert und das ganze Manuskript durchgesehen und kommentiert.

Schließlich möchte ich meinen Eltern danken, für ihre Neugier und ihre Begeisterungsfähigkeit.

Bern, im Dezember 2018 *Michael Gautier*